

Formidling av nyheter til barn

Konstruksjoner av barndom og barnet som TV-seer i NRK-Supernytt

Tanja Lindblom Ødegaard



Masteroppgave

Pedagogisk forskningsinstitutt

Det utdanningsvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

31.05.2013

Formidling av nyheter til barn

Konstruksjoner av barndom og barnet som TV-seer i NRK- Supernytt

© Forfatter

2013

Formidling av nyheter til barn

Konstruksjoner av barndom og barnet som TV-seer i NRK-Supernytt

Tanja Lindblom Ødegaard

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: CopyCat, Oslo

SAMMENDRAG AV MASTEROPPGAVEN I PEDAGOGIKK

<p>TITTEL:</p> <p>FORMIDLING AV NYHETER TIL BARN</p> <p>konstruksjoner av barndom og barnet som</p> <p>TV-seer i NRK-Supernytt</p>	
<p>AV: ØDEGAARD, Tanja Lindblom</p>	
<p>EKSAMEN: Masteroppgave i Pedagogikk,</p> <p>Allmenn studieretning</p>	<p>SEMESTER: Vår 2013</p>
<p>STIKKORD: Nyheter for barn, NRK-</p> <p>Supernytt, barne-TV, kulturstudier,</p> <p>sosiologi, barn og medier, diskursanalyse</p>	

Sammendrag

Tittel

Formidling av nyheter til barn. Konstruksjoner av barndom og barnet som TV-seer i NRK-Supernytt.

Problemområde og problemstilling

Den medieverden barn vokser opp i dag er preget av tilgang på mye informasjon. Barn har tilgang på nyheter produsert for voksne gjennom blant annet TV og internett. Nyhetene inneholder detaljert informasjon og bilder som ikke alltid er lette å forstå for barn.

Programmet *Supernytt* på NRK ble startet for å formidle nyheter til barn på deres egne premisser, og bygger derfor på bestemte oppfatninger av barndom og barnet som TV-seer.

Formålet med denne oppgaven er å se nærmere på hvordan *Supernytts* redaktører gjør journalistiske vurderinger, og hvordan disse vurderingene bygger på forståelse av barn og barndom. For å analysere disse forståelsene av barnet og barndom, tar oppgaven utgangspunkt i at beslutningstakere i NRK-*Supernytt* bygger på bestemte diskurser om barn og barndom. Ved å analysere hvilke diskurser om barn og barndom programskaperne trekker på mener jeg å kunne identifisere flere temaer som både belyser beslutningstakernes profesjonelle rolle som ledere av journalistisk arbeid og deres mer generelle forståelse av barndom.

Problemstillingen er som følger: Hvilke implisitte verdier og syn på barn ligger til grunn for de journalistiske vurderingene i NRK- *Supernytt* sine sendinger? Hvilken forståelse har NRK-Supernytts redaksjonssjefer og redaktører av barn og barndom?

Jeg bruker i denne oppgaven tre ulike forskningsperspektiver for å finne en ramme til analysen i oppgaven. De to første perspektivene, Kulturstudier og Sosiologien, ser på barnet som et individ i en sosiokulturell kontekst, og fokuserer på hvordan barnet sosialt konstrueres. Den siste, med utgangspunkt i Resepsjonsforskning, er en mer tekstorientert retning med fokus på meningsdanning mellom tekst og barnet som mottaker. Ut ifra disse perspektivene diskuterer jeg to begrepspar for ulike posisjoneringer av barnet og en mer generell forståelse av barndom. *Human beings* og *human becomings* er begreper som blir anvendt av de tre ulike forskningsperspektivene i diskurser om barn og barndom. Et annet

begrepspar jeg diskuterer ligger i motpolene *sårbart* og *kompetent*. Disse er mer spesifikt knyttet til diskurser om barn, barndom og medier.

Data og Metode

Det metodiske valget i denne oppgaven er kvalitative intervjuer av tre sentrale redaksjonsmedlemmer i *Supernytt*. Intervjuobjektene var redaksjonssjef, vaksjef og nettansvarlig. *Supernytt* er case i oppgaven og datamaterialet er hentet inn ved halvstrukturerte intervjuer. I forkant av intervjuene ble det i en uke foretatt observasjon av redaksjonsmøtene i *Supernytt* for at jeg som forsker lettere kunne forstå redaksjonenes arbeidsrutiner og sette meg inn diskusjonsområder de berører gjennom arbeidet med programmet. Halvstrukturerte intervjuer var hensiktsmessig da intensjonen var å analysere hvilke diskurser redaksjonsmedlemmene trekker inn i sine svar på spørsmålene. Intervjuene ser jeg på som en sosial interaksjon mellom meg som intervjuer og redaksjonsmedlemmene. Intervjudatamaterialene anser jeg som en samtale hvor kunnskap og innsikt om *Supernytt* sin primærmålgruppe blir sosialt konstruert av mine intervjuobjekter i denne spesifikke konteksten jeg skaper som forsker. Jeg analyserer med andre ord hvordan de som jobber med *Supernytt* konstruerer barnet og trekker på diskurser om barndom i samtalene med meg som forsker.

Hovedresultater

Jeg har delt opp analysekapittelet i to temaer. I det første temaet dreier det seg om at de skal ivareta sin profesjon som nyhetsjournalister og lage sendinger. Hvordan de vurderer format og sin egen profesjon kommer til uttrykk i nyhetskriterier, sendingens struktur, valg av saker til nettsidene og hvordan de bruker barnet som aktør i nyhetssendingene. Alt dette er grep de gjør ut ifra sin profesjon som journalist og produsent av nyheter. Her snakker de med utgangspunkt i hvordan nyhetssendingene blir produsert med et blikk som nyhetsjournalister. Det andre temaet dreier seg om den rollen journalistene i *Supernytt* har fordi de jobber med å lage nyheter for barn.

Mine hovedfunn viser at redaksjonsmedlemmene trekker på en rekke ulike diskurser om barnet i intervjuene. Begrepsparene som representerer ulike syn på barn og barndom, *human beings* og *human becomings*, *sårbart* og *kompetent* kan identifiseres i de ulike diskursene. Dette kommer frem gjennom redaksjonsmedlemmenes sine svar i intervjuet. Behovet for forklaring og ”demping” av skremmende nyheter representerer et syn på barnet som sårbart i

møte med media. Fokus på barns rett til opplysning, samt behovet for å ytre seg viser et syn på barnet som kompetent. Dette er elementer og balanse ganger som er utfordrende og sentrale i diskursen om *Supenytt* som nyhetsformidler til barn og det er et tema som går igjen i mye av intervjumaterialet. I all hovedsak handler *Supernytts* eksistens om å ta barnet på alvor, behandle barnet som en selvstendig og handlende aktører med egenverdi i seg selv.

Forord

Som en avslutning på et fem års langt studie på pedagogisk forskningsinstitutt har jeg nå skrevet en oppgave i det feltet jeg virkelig brenner for. Forholdet mellom barn og medier har interessert meg i lang tid og det har vært utrolig spennende å forske på et lite utsnitt av dette. Det har vært en lære prosess. Jeg sitter igjen med å ha lært utrolig mye og ervervet kunnskap på et felt som er utrolig spennende. Dette feltet er meget aktuelt og representerer den verden vi nå lever i og kanskje ser konturene av i fremtiden. Mediene vi omgir oss med vil fortsette å utvikles og det vil komme nye utfordringer, samt muligheter og følgelig behov for mer forskning!

Først vil jeg takke redaksjonen i *Supernytt* og spesielt Redaksjonssjef Live Kaldestad som for det første har vært villig til å slippe meg tett inn på deres arbeidsplass, vært ærlig og åpne, og latt meg få innblikk i hvordan de jobber med å lage god TV og formidle nyheter til barn i Norge. Jeg vil også takke for gode formelle og uformelle samtaler om *Supernytts* arbeid og formål. Dere har mye kunnskap om barn! Jeg har opplevd at dere har et enormt engasjement for å gi barn trygg og god informasjon om den verden vi lever i. Takk til informantene Kirsti Lillehagen, Ragnhild Irene Skaara og Live Kaldestad. Takk også til Hilde Thoresen fra NRK-analyse for god hjelp med å få tak i viktig informasjon om statistikk til oppgaven.

Takk til Rådet for anvendt medieforskning og Medietilsynet for mastergrads- stipend og troen på dette prosjektet. Takk til forskningsgruppen ”Transaction” for spennende seminarer ledet av Kristin Aadland, gode faglige samtaler og utveksling av tilbakemelding på skriftlig arbeid med masteroppgaven.

Så vil jeg rette en stor takk til min veileder Øystein Gilje. Du har vært en utrolig kunnskapsrik, dyktig og inspirerende faghjelp. Du kan sies å ha vært min moderator og navigator i et hav av spennende fagstoff. Takk for at du gjennom hele året har vært tilgjengelig og har gitt rask respons på undring og spørsmål.

Takk til Elisabeth Skovly for hjelp med litteratur om journalistikk. Takk til Storesøster Sara for gode diskusjoner om barne- TV, Mamma og pappa, og takk til gjengen på pauserommet på Helga Engs hus – for godt samhold i oppturer og nedturer gjennom hele prosessen.

Tanja Lindblom Ødegaard

Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Mediebarndom – ulike perspektiver	2
1.2	Supernytt - Nyheter laget for barn	3
1.3	Problemstillinger.....	4
1.4	Data og Metode	6
1.5	Struktur for oppgaven.....	7
2	NRK- barn som målgruppe og Supernytt i kontekst.....	9
2.1	TV- Nyheter for barn, nasjonalt og internasjonalt.....	10
2.1.1	Forankring i FNs barnekonvensjon	10
2.1.2	Nyheter for barn - Internasjonalt	12
2.1.3	Fra FNs konvensjon til NRK	13
2.2	Barn, barndom og medier.....	15
2.2.1	Endret mediebarndom - nye fenomener	16
2.2.2	NRK- speiling av barndom.....	20
2.3	Supernytt.....	26
2.3.1	Nyheter for barn på NRK.....	26
2.3.2	Supernytt som TV-program for barn	27
3	Litteraturgjennomgang.....	31
3.1	synet på barn, barndom og medier.....	31
3.2	Tre ulike forskningsmetoder.....	34
3.2.1	Kulturstudier	34
3.2.2	Barn og –medieretning i Sosiologien	37
3.2.3	Tekstorientert fokus - medietekster som budskap.....	39
3.3	Ulike posisjonerings av barnet	40
3.3.1	Barnet som "human beings" eller "human becomings"	41
3.3.2	Barnet som sårbart eller kompetent.....	44
4	Metode	46
4.1	Utvalg	46
4.2	Intervjuguide.....	47
4.3	Gjennomføring av intervjuene og observasjonene	49
4.4	Bearbeiding av datamateriale - diskursanalyse	51
4.4.1	Diskursanalyse.....	51
4.4.2	Diskursanalyse som analytisk metode i denne oppgaven	51
5	Analyse.....	53
5.1	Å konstruere barnet gjennom nyhetssendinger.....	54
5.1.1	Nyhetskriterier som uttrykk for synet på barndom.....	54
5.1.2	Sendingens struktur som uttrykk for synet på barnet og barndom.....	56
5.1.3	Valg av saker til nett som uttrykk for synet på barnet.....	59
5.2	Barn som intervjuobjekt og case	61
5.2.1	Barn som meningsytrende	62
5.2.2	Personifisering (å følge et barn i en sak –identifisering)	64
5.2.3	Problematiske balanse i forholdet mellom voksen og barn som meningsytrer	66
6	Analyse.....	70
6.1	Barnet som TV-seer.....	70

6.1.1	Balansen mellom å informere og å skremme	70
6.1.2	Å forenkle informasjon.....	74
6.2	Barnet som meningsytrer på nett	75
6.2.1	Interaktivitet.....	76
6.2.2	Å moderere barns ytringer på nett	78
7	Avslutning.....	80
7.1	Mediediskurs – barnets behov for beskyttelse vs. mediekompetanse	81
7.1.1	Postmans kritikk av TV-mediet.....	81
7.1.2	Mediepanikk	83
7.1.3	Synet på barnet som TV og - mediekompetent.....	84
7.2	Hva kjennetegner dagens mediediskurs?	85
7.2.1	Supernytt som suksess	86
7.2.2	Barnas ”nye lærere”	86
7.2.3	Forskning og mediedebatt: internett og datamaskiner	88
	Litteraturliste	93
	Vedlegg	96

1 Innledning

I dag vokser barn opp tett på de «nye» mediene. Den digitale teknologien gir barn tilgang til stadig mer informasjon og de siste ti årene har produksjon av tv-programmer, aviser og internettsider med barn som målgruppe ekspandert. De siste årene har det vært en betydelig endring i omfang av medietilbud med innhold av nyheter for barn.

Opplysning og læring gjennom TV-programmer har eksistert i lang tid. Både for barn og voksne produseres det dokumentarer og informasjonsprogrammer (eks. Newton, dokumentarer på NRK og TV2). Selv om det tidligere har vært gjort forsøk på å lage gode nyhetsprogrammer på TV for barn, er daglige nyheter for barn er nokså nytt fenomen i nasjonal sammenheng.

Jeg er interessert i hvilke journalistiske vurderinger som ligger bak satsingen på nyhetsprogrammer på tv og i aviser for barn og unge, og ønsker derfor å se nærmere på et slikt nyhetsprogram på TV. På hvilken måte henvender vi oss til barn i denne sammenheng? Barn som vokser opp i dag er hyppige brukere av massemedier. Ny teknologi gjør at barn blir eksponert for informasjon og underholdning som de tidligere ikke har hatt tilgang på. Den endrede mediehverdagen generer både nye utfordringer og muligheter. De nye mediene er generelt en viktig informasjonskanal for mange mennesker og på mange måter en enkel vei å nå barn og unge.

I denne oppgaven skal jeg presentere ulike syn på barn og barndom i et medie-pedagogisk perspektiv. I hovedsak vil den faglige, men også offentlige debatten om forholdet mellom barn og medier være rammen i oppgaven. Barns endrede mediebarndom de siste tiårene vil i lys av den teknologiske utvikling være aktuell å skissere. Gjennom *Supernytt* som case skal jeg belyse en forholdsvis ny trend i den vestlige verden der nettopp barnet blir tatt på alvor, og noe som innebærer at de skal ha rett til både opplysning og ytringsfrihet. Barnets behov for å få formidlet og forklart virkeligheten og verden på en ærlig, men tilpasset måte for aldersgruppen 8-12 år, vises gjennom omfanget av produksjonen av nyheter for barn.

Supernytt er et NRK-produsert nyhetsprogram for barn som startet i 2010. I løpet av tre år har *Supernytt* blitt en viktig kilde for barn som søker aktuell informasjon om verden omkring og forsøker og forstå seg selv og sin plass i denne. *Supernytt* kan derfor sies å være av betydning for barns oppvekst. Programmene blir sett på kveldene da de blir sendt på TV alle hverdager klokken 18.50. *Supernytt* har ca. 90.000 seere daglig. Mange barn ser også programmene på

dagtid ved at lærere ofte bruker programmet i undervisningen. I tillegg til sendingene er nettsidene til NRK- *Supernytt* meget populære blant barn (Ulrik Amundsen, epost, 21.05.13).

Gjennom å analysere de journalistiske vurderingene i NRK- *Supernytt* sine sendinger, vil jeg se nærmere på grunnleggende verdier og syn på barn og barndom som ligger til grunn for dette. Gjennom å analysere de diskursene sentrale redaksjonsmedlemmer trekker på i sine svar i intervjuene, mener jeg å kunne si noe om hvordan redaksjonsmedlemmene posisjoner barnet og deres syn på barndom.

1.1 Mediebarndom – ulike perspektiver

For å kunne si noe om forholdet mellom barn og medier er det nødvendig å presentere ulike oppfatninger om hva barndom er. Derfor være presenteres ulike oppfatninger av barn og barndom, samt ulike måter å ”konstruere” barn. Cultural studies, sosiologisk-psykologisk tilnærming og en mer tekstorientert tilnærming i medieforskning er hovedteoriene som vil bli brukt for å underbygge min analyse og besvarelsen av forskningsspørsmålene. Med disse teoriene som bakgrunn vil jeg se på to ulike begrepspar som representerer forskjellige posisjoner som beskriver synet på barn, særlig i forhold til media. Begrepene *human beings* og *human becomings* er to polariserte perspektiver med ulikt syn på barnet. Å se på barn som *human becomings*, innebærer en oppfatning om at barn er passive mottakere og at barndommen kun er en forberedelsesfase til voksenlivet. Som motpol til denne måten å betrakte barn, finner vi altså begrepet *human beings*. Å se på barn som *human beings* handler om å se på barn som selvstendige aktører med egenverdi. Qvortrup (2005) presenterer disse motpolene og har en sosiologisk tilnærming. Han mener utsagn som ”barna er samfunnets fremtid” og barna er en dyrebare ressurs, bidrar til å plassere barnet i en tilstand som *human becomings* snarere enn *human beings*. Dette begrepsparet kan knyttes opp mot et annet begrepspar der barnets kompetanse og sårbarhet i møte med mediene er aktuelt. I denne polariseringen ligger et syn på barnet som sårbart og som er avhengig av beskyttelse, vs. et syn på barnet som en fri og kompetent mediebruker (Buckingham, 2007).

Disse begrepsparene kan også brukes til å forstå diskurser om barn og barndom, og jeg velger å knytte de til problematikken i denne oppgaven. Det første perspektivet representerer et syn på barnet med et behov for beskyttelse av voksne. Der medieopplevelser kan virke skremmende eller ødeleggende skal barnet skjermes, og denne oppgaven ligger hos de

voksne. Det andre perspektivet bygger på en oppfatning av barnet som mediekompetent og med et behov for opplysning, samt ytringsfrihet.

Et sentralt anliggende i oppgaven blir altså å benytte to begrepspar knyttet til disse to polariserende perspektivene på forholdet mellom barn og medier som analyseredskap i arbeid med å identifisere hvordan *Supernytt*s redaksjonsmedlemmer posisjonerer barnet i denne diskursen. Disse begrepsparene er mye brukt i forskjellig litteratur beskrevet av sosiologer og barne- og medieforskere.

Debatten rundt ulike syn på barnet er meget aktuell i dagens mediesamfunn. I sammenheng med den internasjonale ”safer internet day” 2012, hadde Medietilsynets *trygg bruk* et seminar med temaet ”trygghet VS. kontroll og overvåkning”. I 2013 var temaet noe tilsvarende. Disse temaene handler om å opprettholde en balansegang mellom trygghet og kontroll fra omsorgspersoner og myndigheter. Det finnes elementer i medieverdenen som barn i forskjellige aldersgrupper bør blir skjermet for. Selv om den digitale generasjonen er født med et nært forhold til medier og følgelig er brukere av mediene med en tidlig start, trenger barn og unge opplæring og veiledning i bruk av de ulike mediene. Samtidig er det en oppfatning at de til en viss grad avhengige av at foreldre setter grenser. Imidlertid er det viktig at en moderat grensesetting og veiledning ikke blir erstattet av kontroll og overvåkning. Denne debatten kan knyttes opp til den faglige diskursen innen barne- og medieforskningen. Blikket er rettet mot de samme problemområdene rundt forholdet barn og medier, der barnet blir betraktet som sårbart eller kompetent i møte med mediene.

1.2 Supernytt - Nyheter laget for barn

I 2010 etablerte NRK et eget nyhetsprogram for barn mellom 8 og 12 år som de kalte *Supernytt*. I begynnelsen hadde programmet sendinger alle hverdager unntatt fredager. Nå sendes programmet på NRK-Super alle hverdager. *Supernytt* er en del av et endret medietilbud for barn. Allerede tre år tidligere hadde NRK etablert en egen TV kanal for barn. Kanalen var et svar på en økt nasjonal og internasjonal konkurranse. Dette gjorde det enklere for NRK å programsette *Supernytt* inn i den nye kanalen, NRK-Super. Programmet er en del av et større nettverk med andre tilsvarende programmer med samme målgruppe rundt om verden. I tillegg til sendingene er nettsidene til NRK- *Supernytt* meget populære blant barn. Holdninger og tanker om viktigheten av at barns stemme skal få komme til orde i media

reflekteres i *Supernytts* sendinger. Dette fremholdes av redaksjonens ansvarlige for programmet.

Det kan se ut som om *Supernytt* er en del av en trend i den vestlige verden. Andre mediehus og aktører ønsker også å ta barn på alvor ved å lage medieprodukter og tilbud med nyheter og ha barns meningsytring i fokus. Aftenpostens debattsider for ungdom *Si ;D* startet i 2005 og siden har den hatt en fast spalte i avisen hver dag. Debattinnleggene er alle skrevet av ungdom i alderen 13-18 år og formålet med siden er å synliggjøre og kanalisere et engasjement hos unge (Aftenposten, 2008). Tv2 produserer et kommersielt nyhetstilbud til alle landets skoler. TV2 presenterer det selv som et læringsmiddel for både grunnskolen og voksenopplæring (TV2 skole, 2013). I april 2012 lanserte Aftenposten en egen barne-avis som per våren 2013 har solgt 20.000 eksemplarer siden avisen ble tilgjengelig som løssalg (Aftenposten 27.04.13). Inntil nå har det vært et svært begrenset medietilbud for barn i Norge. Sitatet nedenfor illustrerer barns minimale rolle som aktør i øvrige nyhetsmedier.

Når barn leser de avisene som finnes blir de presentert for et bilde hvor de selv fremstilles som et offer. Når de leser om barn i andre land, sitter de igjen med et inntrykk av at barn i andre land har det veldig vondt. Derfor er det viktig å diskutere hva slags inntrykk pressen skal gi av barn, sier analysesjefen i Retriever. Hun synes derfor norsk presse bør bestrebe seg på å bli flinkere til å la barn komme til orde (Aftenposten 24.04.12.).

1.3 Problemstillinger

Et utgangspunkt for denne oppgaven er en interesse for å avdekke hvorfor denne satsingen på barn har vokst fram og hvordan synet på barnet og barndom kommer til uttrykk gjennom *Supernytts* etablering og produkt. Caset i denne oppgaven er naturligvis NRKs nyhetsprogram *Supernytt*. På bakgrunn av tre ulike teoretiske perspektiver mener jeg å kunne skape et utgangspunkt for å kunne se nærmere på hvordan NRK-*Supernytts* redaksjon trekker på ulike diskurser om barn og barndom i intervjuene som en samtale. Til dette bruker jeg de to begrepsparene som er beskrevet ovenfor, og jeg skaper med dette ulike polariseringer i diskursen om medier, barn og barndom.

Problemstillingen for denne oppgaven er som følger:

Hvilke implisitte verdier og syn på barn ligger til grunn for de journalistiske vurderingene i NRK- *Supernytt* sine sendinger? Hvilke diskurser om barn og barndom bygger disse journalistiske vurderingene på?

Å lage nyheter på tv og nett for barn dreier seg om to elementer. For det første dreier det seg om at man skal ivareta sin profesjon som nyhetsjournalist og lage sendinger. Hvordan man vurderer format og sin egen profesjon er det første temaet i mine analyser. Dette kommer til uttrykk i nyhetskriterier, sendingens struktur, valg av saker til nettsidene og hvordan de bruker barnet som aktør i nyhetssendingene. Alt dette er grep man gjør ut ifra sin profesjon som journalist og produsent av nyheter. Det andre temaet dreier seg om den rollen journalister i slike programmer har fordi de jobber med å lage nyheter for barn. Når de jobber med nyheter for barn så må de ha spesifikke forståelser av hvem målgruppen er. Dette vil selvfølgelig også ha implikasjoner for hvordan de tenker om mediet, men her gjelder et mer overordnet syn på barn. Dette kommer til uttrykk i hvordan de oppfatter barn som meningsytrer på nett og hvordan de oppfatter barn som TV-seer. Mer konkret dreier det seg om hvordan de mener at barnet skal oppnå å tilegne seg informasjon. Det gjelder også hvordan de trekker på diskurser om barnet som TV-seer med et behov for beskyttelse mot skremmende informasjon og rett til opplysning.

Mange aktuelle spørsmål dukker opp i denne sammenheng. Hvor mye av ”verden” skal bli presentert for barn og hvordan skal den bli presentert? Har barn i alderen rundt 8-12 år et behov for nyhetsprogrammer spesielt produsert for dem? Hva er det vi som voksne vurderer som ”riktig” for barn å se på TV?

NRK- super er en del av NRK og skal forholde seg til og presentere NRKs holdninger, verdier, visjoner også gjennom barneprogrammene som blir produsert. Hvilken forståelse har sentrale redaksjonsmedlemmer i NRK-*Supernytt* av barndom og hvordan vises dette ved at de trekker på diskurser om barnet? Hvordan retter NRK seg i sine barneprogrammer inn mot barn i vår tid?

Forskningsspørsmålene i intervjuguiden (se vedlegg 1), brukes veiledende i arbeidet med intervjuer, observasjoner og analysen. Noen av punktene dreier seg i hovedsak om tema 1 som i analysedelen blir presentert i kapittel 5, der fokuset er på de journalistiske grep i arbeidet med programmene og hvordan det implisitt blir sagt noe om barnet. De andre

punktene i intervjuguiden der jeg regner med å få svar der informantene snakker eksplisitt om barnet som målgruppe, og er knyttet til tema 2 som presenteres i analysekapittel 6.

1.4 Data og Metode

For å kunne svare på problemstillingene i denne oppgaven, valgte jeg halvstrukturerte intervjuer, samt observasjoner. Jeg har altså benyttet meg av to ulike innsamlingsmetoder, hvor den ene bestod av separate intervju av redaksjonssjef, vaksjef og nettansvarlig i *Supernytt* og den andre observasjon av hele redaksjonens arbeid i deres redaksjonsmøter.

Observasjonene fungerte som en metode for å få et innblikk i redaksjonsmedlemmenes daglige diskusjoner om produksjonen av programmet før jeg utførte intervjuene.

Observasjonene av de fire redaksjonsmøtene som varte på ca. 45 minutter, ble gjort i forkant av intervjuene. Dette var med hensikt for å kunne gjøre meg som forsker kjent med deler av redaksjonens praksis. Intervjuene varte i ca. en time hver.

Når det gjelder metode for analysen er det kun intervjuene som er aktuelle, da observasjonene ikke brukes i analysen. Intervjuene ser jeg på som en sosial interaksjon mellom meg som intervjuer og redaksjonsmedlemmene. Intervjudatamaterialene anser jeg som en samtale hvor kunnskap om *Supernytt* blir sosialt konstruert i denne spesifikke konteksten. Disse intervjuene oppstod som en del av arbeidet med caset hvor jeg tidligere hadde gjort observasjon. På den måten hadde jeg noe kunnskap om *Supernytt* redaksjonens arbeid og diskusjoner.

Diskursanalyse er valgt på bakgrunn av at intervjuene er en samtale mellom intervjuobjektene og meg som forsker. I redaksjonsmedlemmenes svar kan det synes som de trekker på diskurser om barnet. Deres oppfatning av barnet vil gjennom denne språklige interaksjonen med meg som forsker være en diskurs. I denne språklige settingen som er sosialt konstruert, posisjonerer informantene barn ved å bruke ulike diskurser. Disse diskursene er knyttet til programmene de lager og ikke nødvendigvis kun eksplisitte utsagn om barnet.

1.5 Struktur for oppgaven

I den første delen av kapittel 2 presenteres fenomenet nyheter for barn i et internasjonalt perspektiv. Jeg vil plassere *Supernytts* etablering i et større perspektiv ved å se nærmere på FNs barnekonvensjon knyttet til forholdet barn og medier, og hvordan konvensjonen eksplisitt stiller krav til NRK som allmennkringkaster og hvordan NRKs egne vedtekter speiler dette. Deretter vil det i del 2.2 være nødvendig å sette *Supernytt* inn i en generell mediebarndomshistorie uavhengig av NRK, da dette vil sette en ramme for hvordan voksne mennesker konstruerer barnet i møte med TV-mediet. Barns endrede mediehverdag er med på å påvirke hvilket syn voksne har på barn og barndom. NRKs barneprogram *Supernytt* er case i denne oppgaven og det vil da være nødvendig å presentere deler av NRKs historie i arbeid med produksjoner av programmer for barn. NRK har vært og er fortsatt en sentral kanal hos barn og unge. NRK super har 41 prosent av markedsandelen i deres sendetid. NRK har speilet barns oppvekst opp igjennom tidene fra TV-ens ”fødsel” og frem til i dag. I denne presentasjonen av NRKs barne-tv historie vil Karin Hake være en viktig kilde (2006). I den siste delen av kapittel 2 altså 2.3 presenterer jeg *Supernytt* som TV-program, samt viser NRKs tidligere satsinger på nyheter for barn.

Kapittel 3 består av 3 hoveddeler. I 3.1 redegjør jeg for den historiske oppfattelsen av barn og barndom. 3.2 inneholder ulike teorier om synet på barn og barndom. Jeg presenterer her tre ulike forskningsretninger innen feltet barn og medier. Kulturstudier, sosiologi, samt en retning innen resepsjonsforskning. Det teoretiske redskapet jeg skal anvende i analysekapittelet vil være utledet fra disse teoriene. Jeg opererer med to ulike begrepspar med rot i disse tre ulike retningene som ser på forholdet mellom barn og medier. Alle de tre perspektivene presentert i 3.1 anvender disse begrepene i diskurser om barn og barndom.

I kapittel 4 redegjøres det for metode og datainnsamling. Først vil jeg utdype hvilken forskningsmetode jeg har valgt å bruke i denne oppgaven og hvordan jeg har gjort datainnsamling. Deretter vil jeg gjøre rede for hvordan og hvorfor jeg har valgt ut informantene. Intervjuguiden vil også bli kort presentert. Gjennomføring av intervjuene av informantene, samt gjennomføring av observasjoner av redaksjonsmøtene beskrives. Til slutt i kapittel 4 gjør jeg rede for hvordan jeg har bearbeidet datamaterialet og hva slags analyse jeg bruker i kapittel 5 og 6.

Analysen av diskursene sentrale redaksjonsmedlemmene trekker på i sine svar i intervjuet vil være todelt. Den første delen dreier seg om der sentrale redaksjonsmedlemmers refleksjoner om nyhetssendingene og hvordan de blir formidlet. De sier faktisk også noe implisitt om synet på barnet. Det andre temaet fokuserer på informantenes eksplisitte utsagn om barn som målgruppe for programmet.

Jeg har valgt å strukturere analysen av intervjudata i to hovedtemaer som best mulig belyser oppgavens problemstilling. Temaene belyser på ulike måter diskurser om barnet som TV-seer, nettbruker og mer generelt diskurser om barndom. Å lage nyheter på tv og nett for barn dreier seg om to elementer for de jeg har intervjuet. For det første dreier det seg om i kapittel 5.1 at de skal ivareta sin profesjon som nyhetsjournalister og lage sendinger. Hvordan de vurderer format og sin egen profesjon er det første temaet i mine analyser. Det dreier seg om grep de gjør ut ifra sin profesjon som journalist og produsent av nyheter. Her snakker de med utgangspunkt i hvordan nyhetssendingene blir produsert med et blikk som nyhetsjournalister. Dette temaet presenteres i kapittel 5. Det andre temaet dreier seg om den rollen journalistene i *Supernytt* har fordi de jobber med å lage nyheter for barn. Når de lager nyheter for barn så må de ha spesifikke forståelser av hvem målgruppen er. Dette vil selvfølgelig også ha implikasjoner for hvordan de tenker om mediet, men det er også viktig å forstå hvordan intervjuobjektene konstruerer barndom gjennom sine utsagn. I denne siste delen av kapittel 6 skal jeg derfor identifisere de stedene i intervjuet der de har utsagn direkte om *Supernytts* målgruppe.

Læreres oppfatning av barndom og synet på barnet har vært og er sentralt. I dag er det en ny gruppe mennesker, som mediefolk, journalister og produsenter som i høy grad er blitt barnas ”nye lærere”. Deres makt og påvirkning har derimot i mindre grad vært gjenstand for samfunnets kritiske blikk eller oppmerksomhet. Dette til tross for at deres rolle er blitt viktigere og viktigere i dagens ”oppdragelse” av barn og unge. *Supernytt* må altså på lik linje med lærerne planlegge og evaluere produksjon av nyheter. I kapittel 7 ser jeg på denne oppgavens betydning i den større mediedebatten om barndom og medier. Slik setter jeg hovedfunnene jeg har gjort i denne oppgaven inn i den større mediedebatten. Jeg diskuterer hva som kjennetegner dagens mediedebatt og diskuterer denne sett i sammenheng med tidligere debatter på 1980-tallet.

2 NRK- barn som målgruppe og Supernytt i kontekst

Dette kapittelet gir en kort oversikt over NRKs historie som allmennkringkaster med barn som målgruppe. Forholdet mellom NRK og vår oppfatning av barndom kan anses som dobbelt. På den ene siden har NRK speilet synet på barndom opp igjennom de siste 50 årene. Gjennom å lage barneprogrammer med temaer og trender som representerer det synet samfunnet har på barn til enhver tid speiler nettopp NRK samfunnet. På den annen side har nok også enkelte programmer påvirket vårt syn på hvordan vi oppfatter barndom og hva barndom kan og bør få med seg av ”voksenverden”. NRK har vært den kanalen som har hatt bredest og kanskje best tilbud til barn og unge. NRK påvirker samfunnet vårt i den forstand at mye av det som bli sendt for barn på NRK ofte blir en del av barnekulturen i Norge. Et godt eksempel på dette er programmet *Mens vi går og legger oss* med Trond-Viggo og Flode fra 1978. Dette programmet satte spor i den Norske barnekulturen med blant annet *Pussesangen* som fortsatt blir sunget i mange hjem. Programmer i nyere tid som har hatt stor betydning for barnekulturen i Norge er blant annet julekalender-programmet *Jul i Blåfjell* fra 1999. I de årene programmet ble sendt medførte de karakteristiske lue-kostymene som ble brukt i programmet til en enorm produksjon av disse luene og mange barn gikk med slike *blånisse – luer*.

Hovedfokuset i denne oppgaven er nyheter laget for barn. Det er derfor nødvendig å tegne noen historiske hovedlinjer i TV programmer for barn generelt, for dermed å kunne sette *Supernytt* i kontekst. Jeg vil se nærmere på NRKs plikter til å følge FNs barnekonvensjon, hvordan konvensjonen eksplisitt stiller krav til NRK som allmennkringkaster og hvordan NRKs egne vedtekter speiler dette. Derfor presenterer jeg først FNs barnekonvensjon. I del to av dette kapittelet skal jeg skissere den norske endrede mediebarndommen de siste 25 årene. Her presenteres også barne-TV historie med NRK som fokus. I denne historien skal jeg gå litt lenger bak i tid, da det er nødvendig for å få et perspektiv på NRKs barne- TV tradisjoner. Den siste delen av kapittelet inneholder en oversikt over historikken til nyheter for barn i Norge, samt en presentasjon av *Supernytt* for at leseren skal bli bedre kjent med fenomenet.

2.1 TV- Nyheter for barn, nasjonalt og internasjonalt

TV-nyheter for barn har en historie både nasjonalt og internasjonalt. Imidlertid er nyheter laget på barnas premisser et mer internasjonalt fenomen og tidligere nyhetssendinger for barn i Norge har ikke hatt en slik tilnærming. Satsingen på nyheter for barn kan kobles til ulike endringer og diskurser i samfunnet. Dette er både juridiske, faglige og kommersielle plan.

2.1.1 Forankring i FNs barnekonvensjon

Som allmennkringkaster forholder NRK seg både til egne vedtekter, lovgivning fra nasjonalt hold, samt internasjonale konvensjoner. Paragraf 15 i FNs barnekonvensjon er særlig aktuell, da viktigheten av retten til barns ytringsfrihet og informasjon, samt skjerming av barn mot skadelige former for innhold har fått fokus. Dette berører temaet forholdet mellom barn og medier og som følgelig er aktuell for denne oppgaven.

FN har i mange år vært et overnasjonalt organ for å sette barn som aktører på agendaen. Mye av det synet på barn vi har i dag i vesten, kan strekkes tilbake til FNs satsing på barn og etableringen av barnekonvensjonen. I 1979 ble FNs internasjonale barneår lansert.

Oppmerksomhet rundt barns situasjon skulle styrkes og intensjonen var at barn skulle bli sett og hørt i større grad. Ti år senere, i 1989 lanserte FN en egen barnekonvensjon. Denne konvensjonen ble utformet av FNs menneskerettighetskommisjon på bakgrunn av FNs erklæring om barnets rettigheter. Barn fikk komme mer til orde enn tidligere og barns egne rettigheter ble tydeliggjort. Et av de fire hovedprinsippene i barnekonvensjonen er å ivareta barnets synspunkt. Det uttrykkes eksplisitt at barn har en grunnleggende rettighet til å bli hørt og at deres synspunkt skal bli tatt på alvor. Barnekonvensjonen bærer et generelt preg av å ha et rettighetsperspektiv og i det ligger det også implisitt fokus på barnets egen stemme. Frem til konvensjonen ble vedtatt var barnets rettslige status i mange land først og fremst knyttet opp mot foreldrene, og deres rett til å bestemme over barna (FN, 2013).

Det er mange aspekter i de to aktuelle artiklene (art 13 og 17) og jeg har valgt ut de forhold/punktene som spesielt har betydning i denne oppgavens tema, altså barn og medier:

Art 13.

1. Barn skal ha rett til ytringsfrihet; denne rett skal omfatte frihet til å søke, motta og meddele opplysninger av ethvert slag uten hensyn til grenser, enten det skjer muntlig, skriftlig eller på trykk, i kunstnerisk form eller gjennom hvilken som helst uttryksmåte som barnet måtte velge.

Art 17.

Partene erkjenner massemedienes viktige rolle og skal sikre at barnet har tilgang til informasjon og stoff fra forskjellige nasjonale og internasjonale kilder, særlig de som har som formål å fremme barnets sosiale, åndelige og moralske velferd og fysiske og psykiske helse.

For dette formål skal partene:

- a) oppmuntre massemediene til å spre informasjon og stoff som er av sosial og kulturell verdi for barnet og er i pakt med ånden i artikkel 29,
- e) oppmuntre utviklingen av egnede retningslinjer for å beskytte barn mot informasjon og stoff som er skadelig for barns velferd, idet bestemmelsene i artiklene 13 og 18 tas i betraktning. (FN, 1989).

En kan se i punktene jeg har valgt å fremheve ovenfor, at det tydelig er mange aspekter som dreier seg om barn som mediebruker. Det første aspektet vises i begge av de aktuelle punktene av konvensjonen (artikkel 13 og 17), der det legges vekt på både barnets ytringsfrihet og rett til opplysning. I dette ligger det et fokus på viktigheten av å se på barnet som et eget individ med egen stemme. Imidlertid ligger tyngden i artikkel 17 på barnets rett til å bli beskyttet mot informasjon og stoff som er skadelig for deres velferd. På den ene siden skal barn bli beskyttet for skremmende informasjon som de ikke er i stand til å forstå i forhold til sitt utviklingsnivå, samtidig som det i FNs konvensjon speiles en erkjennelse av barns behov for å forstå og få tilgang til for eksempel nyhetsstoff.

Medieforsker Elisabeth Staksrud (2012) hevder at FNs- barnekonvensjon dekker tre typer rettigheter. Det første er retten til tilgang på nødvendige goder og ressurser. Det andre er retten til beskyttelse fra for eksempel misbruk, neglisjering og diskriminering. Det siste er retten til deltagelse. Rettigheten om deltagelse gjelder både i familien og samfunnet. Denne generelle fremstillingen av rettighetene viser i seg selv aktualiteten til barns rettigheter i forhold til media. Disse rettighetene kan operasjonaliseres gjennom barns fremstilling i media og i deres bruk av mediene.

Ifølge FN er det staten som har ansvaret for at barns rettigheter blir fulgt (FN, 2013) . NRK er statlig eid og plikter seg derfor til å følge barnekonvensjonen gjennom Norges tilslutning til konvensjonen. NRK som allmennkringkaster og medieprodusent for barn og unge må derfor etterstrebe å følge intensjonene i denne konvensjonen. Stortinget setter også rammer for og krav til NRKs virksomhet gjennom kringkastingsloven (1992), NRK-plakaten og andre vedtekter.

2.1.2 Nyheter for barn - Internasjonalt

Nyheter for barn har eksistert i den vestlige verden i flere tiår. Nyhetsprogrammer laget spesielt for barn har flere land i Europa hatt i mange år. Sveriges *lilla aktuelt* har en fartstid på 18 år. BBC i England har sendt slike program i ca. 40 år og Nederland nesten 30 år for å vise noen eksempler. BBCs program *Newsround* har eksistert siden 1972 og tidligere redaktør Sinead Rocks mener de fra den tid har hatt samme formål og agenda som de har i dag. Hun skriver i BBCs blogg om programmets historie:

Newsround has come a long way over the past 35 years. The show started with just three members of staff sharing two typewriters in a corner of the BBC newsroom. Now a fifty strong team produces 37 TV programmes every week and our website is staffed 365 days a year. Yet our central premise remains the same as it was back in 1972. We aim to help children make sense of the world around them and give them the chance to have their say on what is going on (BBC News, 2007).

Wayne, Petley, Murray og Henderson (2010) har analysert intervjuer av en rekke personer som jobber med nyhetsproduksjon i Storbritannia. Dette er det eneste jeg har funnet som ligner på det studiet jeg gjør. De har fokusert på hvordan de forskjellige produsentene og redaksjonsmedlemmer forstår unge menneskers holdninger til politikk og nyheter og hvordan dette er representert i nyhetssendinger. I denne analysen kan vi se at tidligere redaktør i *Newsround*, Sinead Rocks mener at det er meget viktig å lage egne nyhetsprogrammer for barn og unge. Hun argumenterer slik:

Tailoring news for different age groups is really the way to go. Young people don't feel particularly well represented, they don't see people like themselves on the news necessarily, they don't have these issues that dominate the news as big parts of their lives. So I think if there was news that was more tailor-made for that particular age group the interest would be there. (Wayne et al., 2010, s. 55)

Nyheter for barn har altså en viktig plass i Storbritannias største kanal. Dette sitatet viser hvordan en tidligere redaktør i *Newsaround* ser viktigheten av å spesial- designe egne nyheter for barn og unge. Å lage egne nyheter for barn med barn som meningsbærende, vil kunne gjøre målgruppen mer interessert i å se på nyheter. Dette temaet er det jeg skal se nærmere på i denne oppgaven. Jeg skal se på hvordan programskaperne i form av sentrale redaksjonsmedlemmer tenker om viktigheten av å lage egne nyheter for barn og ta barn på alvor. Denne tematikken vil jeg se nærmere på i analysekapittel 5.

2.1.3 Fra FNs konvensjon til NRK

I langtidsstrategien for årene 2012 til 2017 til NRK (Fordal, 2011), står det at NRK skal være Norges viktigste kilde til ny forståelse og felles opplevelser. Underordnet denne visjonen heter det at NRK skal tilby en unik tilbudsbredde gjennom flere momenter. NRK skal gi ny forståelse og felles opplevelser for alle målgrupper, og være best på nyheter og undersøkende journalistikk både for et lokalt og nasjonalt publikum. De skal gi bred innsikt og nyheter om internasjonale forhold, og gjennom debatt og samtale skal de skape engasjement og gi forståelse. Dette viser en vektlegging av interaktivitet. Samtidig vil de jobbe for å gjøre det viktige populært – og det populære viktig (Fordal, 2011). Med utgangspunkt i denne Langtidsstrategien ønsker NRK å dokumentere og formidle kunnskap til sine seere, som skal skape engasjement og gi forståelse. De ønsker å nå ut til alle målgrupper, inkludert barn og unge. Fordi NRK- super er en viktig kultur- og mediekanal som brukes av mange barn, må de være seg bevisst på hva slags holdninger og verdier de ønsker å formidle. NRK tar på seg et ansvar om å opplyse og gi bred innsikt i nyheter både internasjonalt og nasjonalt. Nøkkelbegrepene her er engasjement og forståelse. Kravet om kvalitet, mangfold og nyskaping i programmene står sentralt i NRKs vedtekter. I §15 heter det følgende:

§ 15 NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

...h. NRK skal bidra til utdanning og læring, herunder tilby innhold tilrettelagt for skoleverket.

i. NRK skal fremme barns rett til ytringsfridom og informasjon, og skjerme barn mot skadelige former for innhold. NRK skal ha daglige norskspråklige programmer for barn under 12 år, jevnlig norskspråklige programmer for unge, og jevnlig programmer for barn og unge på samisk. (NRK AS, 2009).

Paragraf 15 er aktuell, da viktigheten av retten til barns ytringsfrihet og informasjon, samt skjerming av barn mot skadelige former for innhold har fått fokus. Denne paragrafen støtter opp om FNs barnekonvensjon og samler to av hovedpunktene av artikkel 13 og 17 i konvensjonen. Punkt e i paragraf 15 omfavner et spenningsforhold hvor retten til ytringsfrihet og informasjon representerer den ene polen, og skjerming av skadelige former for innhold som den andre polen. Dette forholdet er i særlig grad aktuelt i arbeid med nyheter for barn.

I en stadig mer global og ”åpen” verden blir barn og unge eksponert for og tilbudt store mengder med informasjon og underholdning. Mye av denne informasjonen er i voksende grad nyheter adressert til voksne. Som jeg senere vil vise i kapittel 2.2.1 har det i de siste årene blitt etablert en rekke nye nyhetsprogrammer og til og med egne nyhetskanaler. Egne nyheter for barn er et uttrykk for at vi ønsker å ta barn på alvor og følgelig mener at de skal få en egen forståelse av verden gjennom denne typer nyheter. Å la barnets stemme blir hørt og ivareta barnets interesser legitimeres gjennom FNs barnekonvensjon. Dette vises gjennom satsingen på nyheter for barn. NRK og andre mediehus har i de siste årene satset på nyheter for barn. Omfanget av barn som meningsbærende i media og tydelig uttrykk viktigheten i å la barn få bli hørt vokser stadig.

Det hevdes at i de siste tiårene er det skjedd en radikal forandring i hvordan samfunnet behandler barn og hvordan barn selv oppfører seg. Forsvarerne av denne påstanden argumenterer for dette med den voksende barnekriminaliteten og økende fokus på seksualitet blant barn (Buckingham, 2008). ”Barnas omgivelser har, som samfunnet generelt, mange eksempler på seksualisering gjennom reklame, media, TV, mote, populærkultur og kommersialisering av barndom. Alt dette er det mer av enn for 20-30 år siden, noe bekymringen i media og Barneombudets uttalelser og arbeid er bekreftelser på” (Rysst, 2010 s. 209).

Aldersgruppen *tweens* er et begrep som kan knyttes opp til Supernytts målgruppe. Deres målgruppe er barn fra 8 til 12 år (med kjerneseeren 11 år) og dette aldersspennet er nettopp det som beskrives som *tweens*. *Tweens* representerer den «nye» aldersgruppen som er plassert mellom tenåringer og småbarn. Tidligere har unge i den alderen som nå plasseres under gruppen *tweens* blitt betegnet som barn. Nå beskrives de som verken tenåringer eller barn, men noe som ligger i mellom disse aldersgruppene. Marit Rysst (2010) påpeker den gryende seksualiseringen av denne aldersgruppen. Dette skjer særlig gjennom klesstil. *Småjenter* kler

seg opp som små voksne eller tenåringer og det er stadig vanskeligere å skille barn og ungdommer fra hverandre. Denne aldersgruppen representerer altså *Supernytts* primære målgruppe og kanskje er nettopp denne *mellomalderen* utfordrende å skulle lage nyhetsprogram for. Balansen mellom å ikke ha en for *barnslig*, men heller ikke for *voksen* fremstilling av nyhetene. Denne vanskelige balansen er et av hovedtemaene i analysen i kapittel 6.

2.2 Barn, barndom og medier

Når jeg i denne oppgaven skal diskutere temaet barn og medier er det hensiktsmessig å løfte frem mediehistorien. Denne historien har betydning for hvordan vi som voksne ser på barndom og barnet. For å fremstille mediebarndommens historie velger jeg derfor å presentere den medieteknologiske utviklingen som har vokst intensivt de siste 25 årene. Dette gjør jeg i femårs-intervaller med vekt på utviklingen fra 1987 til 2012. Jeg har valgt å vise hva som har endret seg i barns mediehverdag med lik tidsenhet. Dette har jeg gjort som et grep fordi, for målgruppen jeg undersøker har mediehverdagen utartet seg forskjellig avhengig av hvilket års-intervall de er født i. Det vil si at barna som er født i 1997 og de som er født i 2002 vil ha ulike erfaringer, kompetanse og for forståelse i møte med de nye mediene. Nye medier skaper også nye debatter om barn og medier. Mange av disse er preget av en bekymring over de nye mediens påvirkning på barn ut ifra et sender- mottakerforhold, og i senere tid en bekymring om barns bruk av interaktive medier som sosiale medier og onlinespill.

Hovedtyngden i denne delen av kapittelet ligger på utviklingen av TV-teknologien og TV-tilbudet, men internett har blitt et så dominerende medie at det er nødvendig å gi det en plass i historien. Denne delen av mediebarndommens historie omfavner den medieteknologiske utviklingen generelt og ikke NRK spesielt. Her vil jeg vise hvordan den nasjonale mediebarndommen har endret seg de siste 25 årene.

I den andre delen av kapittel 2.2 ser jeg derimot på en lengre del av historien. Her legger jeg spesifikt vekt på NRK fordi de har hatt en lang barne-TVtradisjon. Jeg tar for meg to tiår av gangen som presentasjonsintervall i historien. Dette gjør jeg fordi disse tiårene illustrerer endringer og skifter i NRKs barne-TVhistorie. Barnet-TVkulturen var nokså annerledes på 60-tallet og 70-tallet enn det den var på 80- og 90-tallet, og følgelig 2000-tallet og i dag. NRK

har hatt monopol på TV-programmer i mange år før de fikk konkurranse av andre kanaler. Det innebærer også at TV-programmer laget for barn primært har vært produsert og sendt på NRK.

2.2.1 Endret mediebarndom - nye fenomener

Det som kjennetegner dagens mediebarndom er en blandingskultur. Man kan på ingen måte hevde at nye medier fortrenger de gamle. Et nytt medietilbud supplerer heller det allerede eksisterende. Interaktive medier gjennom internett utgjør minst en like stor rolle som TV-kulturen. Dette er en situasjon som er veldig annerledes enn det den var for omtrent 25 år siden. Det er stadig vanligere for barn og unge å bruke flere medier samtidig. Det blir brukt flere medieuttrykk parallelt: barn og unge leser og hører på musikk, og de følger opp det de ser på TV gjennom internett.

Det er snart 60 år siden, to generasjoner siden, de første TV- prøvesendingene ble produsert og vist for det norske folk. Dette skapte stor begeistring, samtidig som mange var skeptiske og bekymret for dette nye mediet. Når det gjaldt skepsis og bekymring var dette ofte knyttet til barnets oppvekst og utvikling, samt forstyrrelser i den gode ”familierytmen”. I 1960, da de ordinære fjernsynssendingene satte i gang, var det 16 876 lisenser i Norge. Dette viser at TV-en ennå ikke var vanlig i det gjennomsnittlige norske hjem og mange barn hadde ikke daglig tilgang på TV. I 1971 oppstod det en debatt om Norge skulle innføre farge-fjernsyn. Til tross for store splittelser blant politikerne og sterke negative stemmer, ble det fargefjernsyn i 1972, med tjuvstart nyttårsaften 1971. Under denne debatten i 1971 sier stortingsrepresentant Einar Førde ironisk: ”Vi får finne oss i at synden har kommet til jorden, men vi vil ikke ha ho i farger” (NRK skole, 2013). En kan følgelig si at TV-en mobiliserte en stor og viktig debatt både politisk og psykologisk, pedagogisk faglig sett. Samtidig vil jeg tørre å hevde at TV utgjorde en stor endring i mediebarndommen.

I 1973 utviklet teknologien seg ytterligere. Fra felles antenneanlegg til tv-kabel gjorde det mulig å få inn andre tv-kanaler enn NRK. I tillegg til tilgang på kanaler som SVT, gjorde også kabel-tv signalet til NRK bedre. I 1976 hadde antallet TV-lisenser i Norge nådd en million. 223227 husstander hadde fortsatt bare radio.

Siden NRKs oppstart i 1960 hadde NRK i mange år monopol på TV-produksjon i Norge. Men mot slutten av 1987 fikk NRK konkurranse fra både internasjonalt og nasjonalt hold. Dette hendte på bakgrunn av lovendring i 1987 som gjorde det tillatt med reklame-fjernsyn i Norge. TV3 og TVNorge så dagens lys (Fordal, 2009) og folket fikk et bredere TV-tilbud. I første omgang var ikke dette av stor betydning for TV-hverdagen til det norske folk, da NRK fortsatt stod sterkest og de nye kanalene ikke hadde store seertall. Følgelig var det heller ingen stor betydning for barns oppvekst og barndom de første årene (Vaage, 2012).

Tidlig på 1990-tallet ble det etablert enda flere kanaler i Norge, blant annet TV2 og NRK2. Som følge av TV2s etablering i 1992 ble Norges mediehverdag endret. De nye reklamekanalene slo rot i TV-hverdagen til folk flest og på to år steg seertallene til TV2 fra 23 til 42 prosent (Vaage, 2012). Imidlertid kan en ved å se på kanalenes egne programprofiler fra begynnelsen på 90-tallet slå fast at de konkurrerende kanalene ikke har vært spesielt store når det gjelder målgruppen barn. Hverken TVNorge eller TV2 har hatt et bredt tilbud til barn. Dette med et lite unntak av TV3 der ti prosent av kanalens innholds-flate var programmer for barn og unge (NRK-analyse, hentet fra Medienorge, 2013). TV-tilbudet med innhold for barn og unge for barn endret seg lite som følge av de nye kanalene på nittitallet.

Den neste store teknologiske skrittet som innebar en endring for barns oppvekst og barndom, var datamaskinens og internetts inntog. Datamaskinens utvikling produserte flere og mer avanserte spill. Internett ga barn og unge muligheter til å hente informasjon nye steder enn tidligere tilgjengelig, samt kommunisere med andre mennesker over hele kloden. I 1998 var internett integrert i enkelte familiers hjem. Dette året hadde 22 prosent tilgang på internett hjemme. Disse tallene steg raskt i løpet av resten av 90-tallet og opp til i dag (Vaage, 2012). I 2012 var denne prosentandelen på 95.

Går vi fem år videre frem ble mediehverdagen igjen endret på grunn av at bredbånd ble mer vanlig. Da fikk Norge oppleve en ytterligere oppgradert teknologi. Raskere og bedre tilknytning til internett via bredbånd ga muligheter til å se TV på nett, og streame serier og filmer. I statsbudsjettet for 2002 foreslo å regjeringen bevilge 53,5 millioner til videreføring av programmene for bredbåndsutbygging. I tillegg ville regjeringen styrke konkurransen i markedet og videre legge forholdene til rette for en rask utbygging. I st.meld. Nr. 49. (Nærings- og handelsdepartementet, 2002-2003) vises det at regjeringen hadde som visjon å nå alle deler av landet med bredbånd. Både private og offentlige virksomheter skulle ha god

tilgang til elektronisk infrastruktur. Dette tolkes slik at det var en stor prioritering å få bredbåndstilbud til hele Norge og at viktigheten av raskt og sterkt nett hadde fokus. I løpet av noen år hadde en nokså stor andel fått tilgang til bredbånd. I 2005 hadde 51 prosent av Norges befolkning bredbåndstilgang (Vaage, 2012).

Kanskje mer viktig for barn, var Disneychannel sin fremvoksende posisjon som NRKs konkurrent i 2002. Som et forsøk på å skape en motvekt til den økende populariteten hos de nye internasjonale kanalene med Disneychannel i front etablerte NRK en ny kanal med et bredere og større tilbud for barn og slik ekspanderte TV- programmer adressert til barn og unge i løpet av disse årene. Da faller det seg naturlig å velge 2007 som det neste årstallet i denne fremstillingen av medieutviklingen grunnlag av den nye barnekanalen.

I 2007 fikk ”alle” Norges barn sin egen kanal, og det er derfor naturlig å legge noe mer vekt på denne endringen i hvordan medietilbudet skapte en ny mediebarndom. NRK-super ble etablert som en samling av tv-programmer, radioprogrammer og nett-tilbud/sider for barn fra 2 til 12 år. Med denne etableringen nærmest seksdoblet NRK barnetilbudet. Fra 750 til 4380 timer i året overtok NRK-super stadig mer av markedsflaten. Hver dag fra klokken 06.30 til 19.30 har NRK-super TV -sendinger. Denne etableringen av NRK-super innebar en radikal endring i barns TV-tilbud og følgelig barns oppvekst. Nå var det mulig å se på barnet-TV på NRK nesten hele dagen. Mange av programmene ligger også ute på nettsidene til NRK-super og kan spilles av der. På NRKs nettsider står det at NRK-super skal være et univers som speiler et kulturelt mangfold og som styrker barns identitet og selvfølelse. Videre vil NRK-super også fremme barns rett til ytringsfrihet (NRK 2013). I flere av programmene medvirker barn både som programledere, skuespillere og meningsbærende. I følge NRK (2013) er en av kanalens viktigste oppgave å formidle gode historier og innhold som er forankret i norsk språk og kultur. Over 80 prosent av programmene som sendes på kanalen har norsk språk. NRK- Super på flere måter innledet en ny tid i barne-TVs historie. Fokuset på barn som målgruppe ble noe helt nytt etter opprettelsen av NRK- Super.

Det siste årstallet jeg har valgt i fremstillingen er 2012, da dette året er fem år etter opprettelsen av NRK-super og er det siste hele året en kan finne statistikk på. Hele 97 prosent av befolkningen har tilgang på fjernsyn i hjemmet. Samtidig øker datamaskinens bruk og utvikling, der barn og unge bruker internett til å se på tv-programmer og video, i tillegg til andre aktiviteter. 85 prosent av barn mellom 9-12 år så på fjernsyn i løpet av dagen i 2012

(Vaage, 2012). I 2012 brukte barn i alderen 9-12 gjennomsnittlig 1 time og 50 minutter per dag på tv-titting. Når det gjelder datamaskiner og internett, har 99 prosent av barn i alderen 9-12 år tilgang på PC hjemme og 98 prosent har tilgang til internett hjemme. 93 prosent bruker internett hjemme i løpet av en gjennomsnittlig uke (Vaage, 2012). Sett i sammenlikning med tv og internett lytter få barn på radio. I alders- gruppen 9-12 år var det bare 30 prosent som hørte på radio en gjennomsnittsdag i 2012. Dette er en enorm endring hvis en ser tilbake på mediehverdagen til barn i for eksempel 1987. I 1987 var det nesten ingen husstander som hadde internett og det var ytterst få barn som hadde tilgang på data og internett. TV-tilbudet var betydelig mindre og egne programmer for barn var forbeholdt NRK som på sin side var nokså begrenset. I dag derimot er det mulig å se TV-programmer for barn nesten hele dagen og internett er tilgjengelige i nesten alle hjem.

Ifølge norsk mediebarometer, SSB, har norske hjem gjennomsnittlig 1,9 tv-apparater per 2012. 97 prosent av befolkningen har tilgang på fjernsyn og 95 prosent har tilgang på internett hjemme (Vaage, 2012). Tilgang til internett via bredbånd har endret seg drastisk siden 2002. Mange husstander i Norge har bredbånd hjemme (SSB, 2013). Dette innebærer at mange av dagens barn og unge har tilgang på raskt internett, med muligheter for å laste ned informasjon og underholdning raskt, samt ”streame” tv-serier og filmer.

Barn og unge er hyppige brukere av massemedier. I følge Medietilsynets rapport har omtrent tre av fem barn mellom 6 og 16 år egen PC og halvparten av disse har bærbar maskin. Tidligere har datamaskiner vært plassert i fellesarealer i hjemmet, men i det siste har tendensen vært at stadig fler barn enten har egen stasjonær PC på rommet, eller bruker bærbar PC når de surfer på internett eller spiller spill. Barn bruker internett først og fremst til kommunikasjon med andre og underholdning, samt innhenting/nedlastning av informasjon (Medietilsynet, 2012).

Nyheter som er produsert for og beregnet på voksne ligger lett tilgjengelige på internett og sendes på TV i sendetiden for barn. Ser vi nærmere på norske forhold ser over 90 prosent av barn og unge på TV hver dag, med et snitt på 1,6 timer per dag (Vaage, 2012). Ifølge medietilsynets rapport ”Barn og medier 2012” basert på en landsomfattende spørreskjemaundersøkelse, ser så mange som 35 prosent av barna i utvalget på nyheter på tv flere ganger i uken (Medietilsynet, 2012).

Disse tallene og beskrivelsene viser at mediebarndommen har endret seg enormt de siste 30 årene. Mediehverdagen til barn er veldig annerledes i dag enn det den var på 80-tallet.

2.2.2 NRK- speiling av barndom

Der jeg ovenfor viste hvordan medieteknologien har vært med på å skape en ny mediebarndom, så vil jeg i denne delen se mer spesifikt på NRK sitt tilbud for barn på TV over femti år. NRK har i mange år, siden 1960 frem til 80-90 tallet, hatt monopol på å vise programmer for barn og unge. På slutten av 1980-tallet jfr. 2.2.1, fantes det kun en TV-kanal her i landet. Tilbudet for barn var begrenset til et program hver dag. Programmer laget spesielt for barn ble sendt en halvtime på hverdagene og en time i helgene.

I denne delen skal jeg vise gjennom å gi en kort skisse av historien til NRKs barneprogrammer, hvordan disse programmene kan speile barndom. ”De som skaper kultur for barn bærer med seg forestillinger om hva barn er. Disse forestillingene er med på å prege de produktene som vi skaper for barn” (Hake, 2006, s. 19). Med dette påpeker Hake at de oppfatninger programskapere i NRK har av barn og barndom er med på å prege de programmene som blir laget. Derfor mener jeg det er aktuelt å gi en historisk gjennomgang av disse forestillingene og oppfatningene ved å løfte frem noen programmer de siste fem tiårene.

1960 og 1970

NRK opprettet en egen barne- og ungdomsavdeling sommeren 1961 (Bakøy, 2002). Ved å opprette en slik avdeling signaliserte NRK et syn på barn og forståelse av barn som en egen målgruppe. Men allerede et år tidligere hadde barne-TV hatt en mer eller mindre fast sendetid. Det begynte helt forsiktig med kosekroken klokken 18.00 hver fredag. Programmet varte i 20 minutter og ble raskt et fast ritual for barnefamilier. I alle år frem til NRKs yngste seere fikk sin egen TV-kanal, NRK-super, har sendetiden for ”barne-tv” på NRK vært urokkelig og nærmest hellig for både barn og foreldre. Sendetiden representerer en stabilitet i barne-TV-historien. Dette har i mange år vært en viktig del av barne-TVs tradisjon, men dette er nå forandret i dag (Hake, 2006). Imidlertid kan en si at barn som målgruppe har fått enda større fokus de siste årene, og et godt og bredt tilbud står sterkt på agendaen hos NRKs programskapere (Fra samtale med Live Kaldestad, 14.11.2012).

I følge Hake (2006) var det programmer som *Lekestue* og *Småbarnas teater* som representerte fjernsynets pionertid, 60-70 tallet, for småbarna og *Falkeklubben* rettet seg mot mellombarna som var 8-14 år. *Småbarnas teater*- med *Pernille og mr. Nelson* hadde som hovedmål å underholde. Imidlertid eksisterte det en underliggende pekefingerpedagogikk som skulle lære barna rette og riktige handlingsmønstre. *Lekestue* hadde en mye mer eksplisitt pedagogisk agenda og programmet minnet om å være i en barnehage. Fokuset på formidling ble satt tydeligere i dette programmet. I programmene for de minste barna var ”levende barn” nesten totalt fraværende. Personene man møtte i programmene var voksne og barnas indirekte representanter var tøyfigurer eller dukker med barnlige trekk. Hake (2006) trekker frem to mulige forklaringer på hvorfor barn ikke ble vist på tv. Den praktiske årsaken kunne være at det rett og slett er krevende å få barn til å fungere i en slik setting. Det synet på barnet som stod sentralt i denne perioden kan også være en faktor i dette tilfellet. Barn ble sett på som ...”passive objekter som måtte preges og veiledes. Da kunne de heller ikke være aktører i et fjernsynsprogram” (Hake, 2006 s. 51).

På 1960-tallet var det et ønske og mål for NRK som allmennkringkaster å oppdra og kultivere barn. Dette vises tydelig gjennom de tre ”OPP-ene”, som ble lansert av Lauritz Johnson. Oppdragelse, opplysning og opplevelse representerte en visjon om at voksne skulle formidle holdninger, verdier og kunnskaper gjennom barne-TV (Hake, 2006).

Falkeklubben, programmet for mellombarna ble sendt på NRK fra 1962 til 1970. Programmet bestod av forskjellige innslag som skulle gi barna underholdning, opplysning og oppdragelse. Her vises Lauritz Johnsons to av de tre ”OPP”-ene i praksis. Programmet bar preg av å være et oppdragende og opplysende magasin, med ønske om å aktivisere seerne. Underholdningsaspektet, som jeg her plasserer som en del av opplevelsesebegrepet i de tre OPP-ene, var sterkt nedprioritert i *Falkeklubben* og Hake (2006) hevder programmet ikke kan karakteriseres som verken ledig eller morsomt. Innsamlingsaksjoner til veldedige formål, reportasjer om aktiviteter og hendelser landet rundt, og ”eksperter” som gjester i studio, indikerer at programmet ønsket å speile og å vise seerne sunne og riktige aktiviteter. I dette ligger det et implisitt syn på barnet som TV-seer. Barn var individer som de voksne kunne forme gjennom slike programmer som falkeklubben. Barnet var riktignok i fokus og programmet dreide seg om deres verden og liv, men allikevel hadde barnet som aktør ingen plass i programmet. Dette programmet styrker det generelle synet på barn og barndom som stod sterkest på 60-tallet, barnet som en passivt mottaker med liten kraft i å forme sin egen

utvikling. Barndommen var kun en forberedelsesfase til voksenlivet og derfor lå det en stor oppgave i det å forme barnet ”riktig” (Hake, 2006). Med det faste innslaget *barnas dagsrevy*, var *falkeklubben* det første nyhetsprogrammet for barn. Imidlertid bar barnas dagsrevy preg av at innslagene barna ble presentert for var barnenyheter og ikke ”voksennyheter” presenter for barn på en spesiell måte.

1980 og 1990

På 1980-tallet hadde småbarna et tv-tilbud nesten hver dag. Fram til 1985 var det kun mandag som var den tv-frie dagen, og fra 1985 ble uken utvidet og barn kunne se barne-tv hver dag. For mellombarna var tilbudet vesentlig smalere med kun ett fast ukentlig program (Halvsju). For seerne på 80-tallet produserte NRK blant annet *Portveien 2* og *tre-fire-fem* med *labbetuss*, *vet du hvem?*, *God bok*, *Kroppen*, *Halvsju* med *Blikkbåks* og *midt i smørøyet* som oppfølgere. I tillegg til nye programmer, fortsatte NRK å produsere enkelte programmer fra 60-og 70tallet. *Lekstue* og *Så rart* fikk nye episoder, samtidig som *Pernille og mr. Nelson* ble sendt i reprise (Hake, 2006). Det som går igjen i mange av disse programmene er fraværet av barn som aktører, i tillegg til at målet om oppdragelse og opplæring av barn var det mest sentrale. Dette kan være et uttrykk for et syn på barnet som en relativt passiv mottager som skulle ”lære noe” og oppdras gjennom disse programmene.

Selv om barn fortsatt ikke var aktører i programmene, endret barns omfang av deltagelse. I blant annet *kroppen* og *halvsju* kan en observere et spirende ønske om å inkludere barns synspunkter og deres verden i programmene. Imidlertid var det fortsatt en lang vei å gå til at barn skulle være aktører og meningsbærende individer. Først i 1987 fikk barn prøve seg som programledere i *Blikkbåks* og senere i arvtakeren *Midt i smørøyet*. Dette symboliserer en endring av synet på barn i denne perioden. Barna gis tillit til å stå i roller og løse oppgaver som en tidligere mente kun voksne taklet. Anerkjennelse av barn som kompetente individer kommer til uttrykk gjennom dette (Hake, 2006). ”Det var en stor begivenhet at barna selv ledet programmet. Et slikt aktørperspektiv var i samsvar med FNs barnekonvensjon. Barnas stemme skulle høres tydelig” (Hake, 2006 s. 97)

Programmer for mellombarna som ble produsert på 80- og 90 tallet representerte også skiftet i NRKs syn på barn og barndom. *Kroppen* med Trond-Viggo Torgersen brøt ned tidligere barrierer angående hvor mye av verden barn skulle bli presentert for. Nakenhet og tabubelagte helsetemaer flyttet grenser. Både presentasjon og innhold i programmet gikk

langt utenfor det mange mennesker mente barn burde vite og se. Allikevel ble programmet møtt som trygt nok til å se på, da tydelig, ærlig og nøktern informasjon ble presentert på en barnlig måte. *Kroppen* var altså på noen områder et nyskapende og grensesprengende program. Samtidig var disse to ti-årene perioden der NRK for alvor begynte å inkludere barn i programmene. I *kroppen* ble det visualisert hvordan syn NRK har hatt på barndom. For første gang ble nakne barn og voksne i samme rom vist på TV. Imidlertid var barna som opptrådte i programmet objekter og ikke aktører. Selv om synliggjøring av barn i TV ble mer vanlig og barnets rett til opplysning ble tatt på alvor gjennom *kroppen*, ble barnets stemme og ytringsfrihet fortsatt minimalt tatt hensyn til. Programmet *Halvsju* speilet samfunnets endring i synet på barns status og rettigheter. Hake (2006) påpeker at for *Halvsju* var målet nettopp å presentere en verden fra barnas perspektiv og synliggjøre barns verden. Programmet skulle reflektere barns hverdag. Man skulle snakke om kontroversielle temaer som skilsmisse, mobbing og barns følelser. Innslagene, intervjuene og reportasjene presentere mange typer barn. NRK var klare på at de ikke ville vise kun en elite av ”superbarn” og ”voksen-manipulerte” figurer. Alle barn skulle inkluderes. Gjennom disse endringene i holdningene til hvordan barneprogrammene skulle være ligger det et implisitt syn på barn og barndom. Når det gjaldt de yngste barna kunne man også se en endring av synet på barns rolle i barne-TV. Selv om barn var svært lite tilstede i programmer som *Portveien 2*, kun som objekter eller statister, viste skaperne av dette programmet et forsøk på en dialog mellom programmet og seerne. Sendingene skulle inneholde presentasjon av brev og tegninger fra barn (Hake, 2006). Ifølge Hake (2006) var dette den første spiren til interaktivt barne-TV. Men denne interaktiviteten oppfatter jeg å være minimal og ikke på barnas premisser.

Å ha et fokus på barns verden, og snakke om seriøse og barnenære temaer ble videreført fra *Halvsju* og *Blikkbåks* med storsatsingen *Midt i smørøyet* i 1988. Barnas stemme skulle komme tydelig frem og tas på alvor. Det mest banebrytende med dette programmet var at det til forskjell fra dets forgjenger *halvsju*, brukte barn som hovedaktører. Barn fra alderen 10 -14 år var nå programledere, i motsetning til unge voksne som i *Halvsju*. I *Blikkbåks* fra 1987 hadde imidlertid barn fått prøve seg som programledere (Hake, 2006). Da kringkastingsmonopolet ble oppløst på 80-tallet fikk NRK konkurranse. Denne konkurransen var fra både nasjonale og internasjonale aktører. Det førte til at barneprogrammene ble mer preget av underholdning (NRK skole, 2008).

På 90-tallet fortsatte NRK å produsere egne store programsatsinger for barn. *Sesam stasjon* var en av de store nyhetene. Dette programmet ble laget i samarbeid med *Children's television workshop* i USA og bygget på det amerikanske barne-tv-programmet *Sesame street*. Det hadde gått nesten 30 år siden NRK hadde fått tilbudet om å lage en norsk versjon av *Sesame street* og takket nei. Med en kommende konkurranse fra andre TV-kanaler i Norge, sa NRK seg og barne-og ungdomsavdeling med Ada haug i spissen, seg nødt til å sikre serier med høy kvalitet og nok stoff til å dekke sendinger hver dag. I følge Hake (2006) hadde *sesam stasjon* klare pedagogiske og underholdende mål, samt mål om å formidle en tradisjonell norsk barnekultur og å skape en ny kultur. Disse målene var likestilt i prioritering. Gjennom sanger, tegnefilmer, animasjon og levende mennesker og dukker i studio skulle disse målene oppnås. Noe som ikke endret seg i denne perioden var fraværet av aktive barn i programmene. Hovedaktørene var voksne mennesker og dukker. Noen av dukkene var de nærmeste barn kunne identifisere seg med. Det var altså minimalt med levende barn i serien. Vignetten og noen korte snutter som ble sendt i programmet var de eneste som viste levende barn. Hake (2006) hevder også at intensjonen med intervjusekvensene, som var å gi serien et sterkere barneperspektiv, ikke fungerer i praksis. Barna virker instruerte og deres utøvende rolle som selvstendige aktører er ikke troverdig.

Huset med det rare i, *Lillys butikk* og *Kykkelikokos*, var andre program produsert av NRK. *Lillys butikk* skildret livet i byen og seerne møtte både etnisk norske og barn med en annen etnisk bakgrunn. Programmet hadde fokus på at barn skulle bli kjent med andre kulturer gjennom sentrale personer i episodene. Disse personene var både barn og voksne. Den pedagogiske intensjonen bak *Kykkelikokos* var sterkt preget av en holdningskampanje om resirkulering. Barna skulle erverve en positiv holdning til resirkulering, samt lære de konkrete reglene for dette. Denne læringen ble presentert på en underholdende og deltakende måte. I dramaserien *lillys butikk* møter vi barn som hovedpersoner i programmet.

2000-tallet

Det programmet som var laget for småbarna fra 2000-tallet som jeg vil trekke frem i denne oppgaven, er *Barnas supershow*. Dette programmet illustrerer godt den nye trenden innen barne-tv og barns rolle som aktører. *Barnas supershow* var et nyskapende program der barn-voksen relasjonen ble snudd på hodet og brøt på mange måter med tradisjonene NRK hadde tidligere i TV for barn. Barna fikk rollene som de voksne tidligere hadde hatt og programmet gir et inntrykk av at det er laget på barnas premisser. Gjennom å være programledere og

reportere er barna aktørene i programmet. Innslagene og temaene har et tydelig barneperspektiv og dette illustrerer et syn på barn som kompetente. Temaene i programmet er hentet fra barns hverdag og de minner om temaene i *halvsju* og *midt i smørøyet*. NRKs fokus på barns rett til ytringsfrihet kan en si vises i praksis i dette programmet. ”I en viss forstand kan et kulturprodukt som *Barnas supershow* forstås som et forsøk på å anerkjenne barns status som borgere i et demokratisk samfunn der barn som gruppe er marginalisert; barn blir ikke automatisk hørt i saker som har betydning for dem” (Tingstad, 2006, p. 15).

For den litt eldre målgruppen produserte NRK nye programmer med mye av det samme konseptet som *Go elg*, *Midt i smørøyet* og *Topp20 Reser*. Disse var *Etter skoletid*, *Trigger* og *Guru*. De nye programmene brukte unge voksne som programledere og barna var ikke aktører på samme måte som i *midt i smørøyet*. Imidlertid var programmene preget av interaktivitet, hvor de kommuniserte med seerne i og utenfor studio. Dramaserier som *Johnny og Johanna* er en av flere dramaserier som har blitt laget av NRK for mellombarna de siste årene. *Johnny og Johanna* speiler en verden der barna blir lyttet til og deres problemer blir tatt på alvor. Gjennom møter mellom voksne og barn i denne serien skal barn lære å ytre sine meninger og erverve autonomi. Andre suksessfulle dramaserier på NRK-super er blant annet *AF1*, *Sara* og *Mia*. Alle disse dramaseriene bærer preg av at de voksne viser barna respekt og at barna er i fokus som selvstendige aktører. Barnas interesser, problemer, konflikter og utfordringer i hverdagen er i fokus (Hake, 2006).

2.3 Supernytt

Nyhetsprogrammet for barn, *Supernytt* ble etablert i 2010. *Supernytt* kan sies å være en forlengelse av tidligere tenkning. Barns deltagelse og ytringsfrihet gjennom programmer opp igjennom disse tiårene presentert ovenfor har endret seg. Dette viser en endring av synet på barn og barndom. Endringen skjedde gjennom en gradvis utvikling. *Supernytt* er altså et program som representerer en holdning om å ta barn på alvor og viktigheten av barns deltagelse i media.

I denne siste delen av kapittel 2 skal jeg sette dette inn i en ramme om hva slags tidligere satsinger NRK har hatt på nyheter for barn. Der jeg ovenfor har gått gjennom medieteknologiutviklingen og NRK sitt barneTV-tilbud generelt, skal vi her se nærmere på nyhetsprogrammer for barn, slik det har vært laget av NRK de siste årene. Dette er aktuelt fordi det vil gi leseren et innblikk i tidligere utprøvinger og erfaringer med det formatet *Supernytt* er i. Jeg skal også presentere noen fakta om *Supernytt* i dag og til slutt vil jeg se på de studiene som finnes om programmet.

2.3.1 Nyheter for barn på NRK

Norges satsing på og produksjon av *Supernytt* i 2010 ble satt sent i gang, sett i sammenlikning med andre europeiske land. Selv om *Supernytt* i 2010 da programmet startet var noe helt nytt og etterlengtet, har nyheter for barn på NRK ikke vært helt fraværende i Norges TV-historie. Allerede på 60-tallet produserte NRK nyheter for barn som skulle være et fast innslag som i Falkeklubben (jfr. 2.2.2). Dette innslaget het *Barnas dagsrevy* og bestod av flere reportasjer fra rundt omkring, samt andre land i verden. Reportasjene som kunne være om sport, veldedighet og spennende aktiviteter, hadde barn som intervjuobjekter og tema (NRK skole, 02.02.13). Aktørene i programmet var voksne. Selv om barn var representert i noe grad som intervjuobjekter var dette på de voksnes premisser. De ble intervjuet i situasjoner Falkeklubbens nyhetssending var på mange måte nært et *Supernytt* på den tiden. En viktig forskjell ligger imidlertid i det at falkeklubben hadde ingen virkelige voksennyheter presentert for barn. Temaene og sakene som ble tatt opp i dette nyhetsprogrammet var i utgangspunktet ikke nyheter i seg selv, men formatet var likt som nyhetssendinger for voksne.

I 1991 satset NRK igjen på å formidle nyheter til barn. I motsetning til hva *Barnas dagsrevy* hadde vært, forsøkte NRK å lage et nyhetsmagasin der de ikke bare skulle vise barnenyheter, men også presentere voksennyheter på en barnevennlig måte. Programmet het Nettopp og målgruppen var barn mellom 10 og 14 år, der programlederne var voksne. Imidlertid var noen av reporterne barn. Det var et ukentlig program da det pågikk, men ble kun sendt i et år fra 1991 til 1992 (NRK skole, 2008).

En annen hendelse i barnenyhetenes historie på NRK da *Halvsju* skulle ha nyheter som tema i et av programmene. De ansvarlige for *Halvsju* var opptatt av å bruke barn i målgruppen som informanter i intervjuer for å belyse temaer. I dette tilfelle skulle barn få komme til ordet når det gjaldt nyhetsformidling. Barn i målgruppen fikk uttale seg om måten nyheter ble formidlet i media og deres syn på dette. Et av hovedpunktene barna fremhevet var at de ønsket et annet fokus enn det voksennyhetene hadde. De opplevde at andre nyheter enn krig og politikk var viktigere for dem. I programmet er de kritiske og stiller spørsmål ved prioritering av nyheter i media. Tilsynelatende virker det som om barnas oppfatninger og meninger blir lyttet til. Ved å vise et innslag der et barn fjerner seg fra en tv i hjemmet hvor det vises vold og krig, poengterer programmet synet på barnet som sårbart. Samtidig viser temaet krig et ønske fra de voksnes side om å presentere nyheter som de mener er viktige (Hake, 2006).

2.3.2 Supernytt som TV-program for barn

Supernytt startet i 2010. Dette var da i en medie-teknologisk periode som jeg har beskrevet femårig ovenfor, altså mellom 2007 og 2012. Denne perioden var preget av en enorm oppdeling av spesialprogrammer både internasjonal og nasjonalt. Blant annet TV2 og TVNorge etablerte underkanaler. Ideen om et nyhetsprogram for barn hadde vært i omløp i NRK i lang tid før dette, men da NRK-super ble etablert, var det enklere for NRK å programsette en egen nyhetssending. Nyhetsavdelingen i NRK hadde ikke råd til å eie og lage nyheter for barn i tillegg til de ordinære nyhetssendingene.

Men med opprettelsen av NRK-super så ble det enklere for oss å programsette supernytt inni denne fine kanalen som retter seg mot barna. Fordi jeg har jo jobbet i nyhetsavdelingen i mange år og var jo en ildsjel for å få dette til. Og det tok jo syv år fra jeg gikk til sjefene mine i nyhetsavdelingen og sa at nå må vi lage nyheter for barn til vi faktisk var på lufta med supernytt. Så det handler jo også om hvem som skulle eie dette programmet, hvor skulle de være organisert? I nyhetsavdelingen eller i barne-og ungdom eller i super da. Fordi det har ikke vært noen tradisjon at barne-og ungdomsavdelingen /eller super har laget nyheter. Det

har jo nyhetsavdelingen holdt på med. Så det var jo også en diskusjon, hvor skulle vi være organisert? (Redaksjonssjef i Supernytt, intervju).

Programmet blir sendt alle hverdager på NRK-super klokken 1850. Samtlige sendinger legges også ut i nett-tv og blir liggende der. På nettsidene ligger det også tekst og bilder med saker som bygger opp under sendingene. ”polls” og nettdebatter der seerne selv kan bidra med meninger og tanker, skaper en interaktivitet. Flere sendinger blir brukt i undervisningstimene på skolen og *Supernytt* er en stor ressurs for mange lærere (Aftenposten, 27.04.13).

Supernytt har ca. 90.000 seere daglig. Dette tallet omfavner både barn og voksne. Blant barn fra 2-11 år var det i snitt 49.000 som så på programmet hverdager klokken 18.50 i 2012. Dette er en markedsandel på 41 prosent. Av de 90.000 seerne er 16.000 av de kjernen av målgruppen som er 7-11-åringene. NRK har registrert en liten nedgang i antall seere og markedsandel siden starten av 2012, men antar at dette sannsynligvis skyldes en generell nedgang på NRK-super på ettermiddagen (Thoresen, epost, 21.02.13). Selv om det er en liten nedgang i antall seere, kan en i NRKs årsrapport fra 2012 lese at over halvparten av alle i målgruppen mener programmet er bra (NRK, 2012).

Supernytt er en del av et internasjonalt nettverk (YNE) for utveksling av nyheter for barn i alderen 8-12 år. YNE er en del av ”Eurovision news exchange” og hele 15 land er representert. På deres nettside under Eurovision står det:

Usually daily or weekly, these programs cover current events and affairs from the children's perspectives, in a language that children can understand, and clarifying the context and background of world events, to give children the tools to understand the news that they are exposed to through the media. The main objective is not to leave children unarmed in a society of communication where information would anyway reach them, and help them to include ”good news” and ”bad news” in their vision of the world without traumas, in order to be able to grow up as conscious adults (European broadcasting union, 2011).

Dette utsagnet er en del av det *Supernytt* fronter som sine oppgaver og formål. Det som blir presentert i sitatet ovenfor er viktigheten av å gi barn en ærlig og korrekt informasjon, samt forklare informasjon som de uansett vil få seg. I tillegg til dette fokuserer *Supernytt* på viktigheten av å la barnas stemme bli hørt. Disse temaene er sentrale i oppgavens problemstillingen da NRK *Supernytts* redaksjonsmedlemmers verdier og syn på barn og

barndom ligger til grunn for deres journalistiske vurderinger. Disse vurderingene bygger på diskurser om barn og barndom.

3 Litteraturgjennomgang

I dette kapitlet skal jeg se nærmere på ulike teoretiske tilnærminger til forskningsområdet barn og medier. Jeg vil fokusere på tre ulike forskningsperspektiver for å finne en ramme til analysen senere i oppgaven. De to første perspektivene ser på barnet som et individ i en sosiokulturell kontekst, og fokuserer på hvordan barnet sosialt konstrueres. Den siste er en mer tekstorientert retning med fokus på meningsdanning mellom tekst og barnet som mottaker. Ut ifra disse perspektivene vil jeg finne to ulike begrepspar som representerer de ulike syn på barnet som et sosialt vesen og som mediebruker. De tre perspektivene jeg presenterer anvender disse begrepene i diskurser om barn og barndom.

3.1 synet på barn, barndom og medier

For å kunne si noe om forholdet mellom barn og medier er det nødvendig å presentere ulike syn på hva barndom er. Oppfatningen av barndom som en sosial konstruksjon er forholdvis ny historisk sett. Hvis en ser tilbake på middelalderen fantes det ingen forståelse av barndom som begrep. Barn ble ikke betraktet som en egen kategori eller gruppe.

Frem til, og i, middelaldersamfunnet fantes det (bortsett fra størrelsen) ingen kollektiv oppfatning av at barn var noe vesensforskjellig fra de voksne. ”folk” ble født inn i en verden hvor status og posisjon ikke ble etablert ut fra alder og ”fysisk modenhet” (Steinsholt & Øksnes, 2003, s. 20)

Utviklingspsykologien har vært en av de mest sentrale teoretiske perspektivet på barn og barndom. De tradisjonelle sosialiseringsteoriene har blitt utviklet ved problematisering av psykologiens begrensinger og kan sees på som en videreutvikling av utviklingspsykologi. Sosialiseringsteoriene er opptatt av barnets utviklingsprosesser, men ser i tillegg barnets utvikling knyttet til en rekke ytre omstendigheter.

Jeg vil presentere to tradisjonelle sosialiseringsteorier som hovedperspektiver innen sosialisering. Det første perspektivet ser på sosialisering som barnets internalisering av sosiale grenser og normer. Det skjer en regulering utenfra der det sosiale systemet omformer og former individet slik at det passer inn og bidrar til sosial orden. Her er begrepene belønning og straff og ytre kontroll sentrale. Kritikken mot et slik perspektiv er at et slikt syn

gir barnet en passiv rolle og sosialiseringen betraktes som en ensidig prosess. Det andre perspektivet ser på sosialiseringsprosessen som tosidig, eller en forhandlingsprosess som oppstår når et barn forsøker å bli medlemmer av en gruppe eller samfunn. Mennesket utvikler selvet i interaksjon med andre mennesker. Amundsen (2003) henviser til Mead som dannet et grunnlag for dette perspektivet med sin teori om selvets sosiale opprinnelse. Selv om barnet tildeles en mer aktiv rolle argumenterer Amundsen (2003) for at dette perspektivet er like fullt deterministisk som det første perspektivet ved at den interaksjonelle kompetansen ikke er noe barnet innehar, men at det utvikler denne kompetansen gjennom interaksjon med voksne. Begge disse retningene har et syn på barndom som et stadium i livet. Den verdien barnet har er i den betydning at de skal utvikles til en gang å bli noe, og ikke som barn er noe i seg selv.

Den uunngåelige konsekvens er at barn betraktes som mangelfulle voksenutgaver som nok er sosiale i deres fremtidige potensial, men ikke i deres nåværende eksistens. Den sosiale praksis som barndom nødvendigvis er, har ikke noe nå, kun en fremtid (Amundsen, 2003 s. 55).

Sosialkonstruktivismen legger grunn for en ny måte å tenke på om en rekke begreper. Forståelse av barn og barndom er et av disse begrepene. Sosialkonstruktivismen kan sees på som en reaksjon på tidligere perspektiver som jeg ovenfor har skissert. Sentrale personer innen denne retningen la grunnlaget for det som ble den nye barndomssosiologiens hovedide, nettopp en tese om at barndommen er sosialt konstruert (Amundsen, 2003). Ifølge Amundsen (2003) må Kunnskapen om barn og barndom knyttes til hermeneutikken der det er en fokus på tolkninger fremfor sannheter. Med sosialkonstruktivismen har barndommen endret fra å bli oppfattet som natur til å bli oppfattet som kultur. Barndommen plasseres i en verden konstituert av mennesker. Her forklarer hun at ulike diskurser konstituerer begrepene barn og barndom på ulike måter:

Ideer, begreper, kunnskaper, talemåter med videre legger føringer på sosiale praksiser og vil i sin tur etablere dem. Ut fra et slikt perspektiv vil ulike diskurser konstituere barn og barndom på forskjellige måter, ikke bare som sett av akademisk kunnskap, men også i form av sosiale praksiser og institusjoner. (Amundsen, 2003, s. 51)

Barnet og barndom som begrep er, ut fra et slikt perspektiv, et resultat av en sosial og diskursiv prosess og er til enhver tid i endring kulturelt og sosialt. Ved at voksne mennesker konstituerer barnet i diskurser om barnet og at barnet selv konstruerer en egen barnekultur i

sosialiseringprosessen former barnet og barndom som begrep. Denne forståelsen ligger i bunn i min oppgave og i det analytiske arbeidet jeg skal utføre.

Men som David Buckingham (2000) påpeker, er det en viss runddans her: barn konstrueres, først og fremst av voksne, men også av barna selv, som en egen kategori med bestemte egenskaper og begrensninger. Slike konstruksjoner blir så kodifisert gjennom lovverk og politiske dokumenter, og blir innlemmet i bestemte former for institusjonell og sosial praksis. (Steinsholt & Øksnes, 2003, s. 21)

Sosialkonstruktivismen har altså et syn på barnet som en sosial konstruksjon. Fra et sosialkonstruktivistisk perspektiv må barnet betraktes fra ulike synsvinkler for å kunne bli forstått og satt pris på. Et nytt paradigme med sosialkonstruktivistiske ideer skaper en forståelse av barnet som sosialt kompetent, aktivt handlende og tolkende.

Innenfor dette paradigme blir barn betraktet som sosiale og kulturelle aktører heller enn ufullkomne versjoner av voksne. Barn både skaper og blir skapt av sine omgivelser. James, Jenks og Prout (1998) mener dette innebærer en overgang fra et syn på barn som eksempel på en kategori til anerkjennelsen av barn som særegne personer. I dette synet har barnet egenverdi her og nå, barns kompetanse er tatt for gitt, og man ser det nødvendige i å kontekstualisere barn og barndom (Amundsen, 2003, s. 57)

Dette paradigme er det rådene innen synet på barn og barndom i dagens samfunn. Barnet blir konstituert på ulike måter og av ulike mennesker og profesjoner som arbeider med barn og barndom. Sosialkonstruktivismen legger til grunn for at vi hele tiden, i samspill med den medieutviklingen som skjer, må betrakte barn og barndom fra nye synsvinkler for at vi skal forstå hvordan barnet forhandler frem sin rolle i ulike kontekster. I denne sammenheng kan det antas at supernyttredaksjonen gjennom sin profesjon som formidlere av informasjon til barn også konstituerer barnet gjennom ulike diskurser om barnets rolle.

3.2 Tre ulike forskningsmetoder

Tre ulike forskningstradisjoner er særlig interessant å se på når man skal skrive om barns forhold til medier. Dette fordi disse tre tradisjonene vektlegger ulike dimensjoner ved denne relasjonen. Disse retningene er relativt nye innenfor feltet og er høyst aktuelle i dag. Alle retningene representerer eksempler på hvordan barn og barndom blir konstituert i relasjon til medier. Mange aktører innen disse retningene er opptatt av forsker på denne tematikken. Den ene retningen er Kulturstudier som vektlegger hvordan både individer og sosiale grupper tolker kulturelle tekster og danner mening. Den andre er en retning innenfor sosiologien og har mange fellestrekk med kulturstudiene, men fokuserer på hvordan barnet blir sosialt konstruert. Den ser på barnet som en sosial konstruksjon og hvordan dette endrer seg som følge av blant annet medier. Det tredje perspektivet er en mer tekstorientert tradisjon, der tyngden ligger på hvordan mediebudskapet blir forstått og tolket. Alle de tre tilnærmingene er knyttet opp mot synet på barn og barndom ved at de ser på hvordan barnet bruker medier og hvordan medier påvirker barnet. Innfallsvinklene er riktignok ulike og dette er det jeg skal diskutere videre i dette kapittelet. Samtlige av disse tradisjonene bruker og omtaler to begrepspar som posisjonerer barnet. Disse begrepsparene skal brukes videre i oppgaven som verktøy i analysen av intervjuene.

3.2.1 Kulturstudier

Kulturstudiene legger særlig vekt på hvordan individer, samt sosiale grupper bruker og tolker kulturelle tekster. Kulturstudier defineres ved at de ser på forholdet mellom enkelte spesifikke kulturelle praksiser og mer omfattende sosiale prosesser. Fokuset ligger på hvordan kulturell mening dannes og sirkuleres innad i samfunnet. Forskere innen denne tradisjonen studerer hvordan individer, samt sosiale grupper bruker og tolker kulturelle tekster og denne sammenheng oppfattes kulturelle tekster som blant annet film, tv, mote og andre kulturelle artefakter. En annen del av kulturbegrepet i Kulturstudiene er de kulturelle praksisers betydning i konstruksjonen og påvirkning av menneskers sosiale identiteter (Buckingham, 2008). Kulturstudiene er en stor tradisjon og har hatt en rekke ulike studier i de siste femti årene. Buckingham (2008) trekker frem blant annet studier av Ang (1985), Hobson (1982) og Morley (1980) som viktige arbeider innen kulturstudiene.

I denne oppgaven legger jeg vekt på en tilnærming til denne tradisjonen gjennom å henvise til David Buckingham og Vebjørng Tingstad. De representerer en retning innen kulturstudiene

som særlig har problematisert barns forhold til media. Buckingham og Tingstad representerer et syn på barndom som de har gjort aktuelt innen barn og –medieforskningen. Teorier innen denne tradisjonen har ofte en positiv holdning til barns bruk av medier, og fokuserer på barnets kompetanse og utbytte i møte med mediene. Tanken om at publikum i større grad enn tidligere tradisjoner tilsier, er aktive meningsskapere og at barnet er kompetente i møte med medier er vanlig innen denne tradisjonen (Buckingham, 2008).

Medieforskning dreier seg i hovedsak om forskning på forholdet mellom mediene og publikum. I følge Tingstad (2006) blir medier ofte skilt mellom nye og gamle medier. De gamle mediene er aviser, TV og radio. De nye mediene innebærer datamaskiner, tv-spill og internett. Bekymringsdebatten og uroen for medienes påvirkning har i følge Tingstad (2006) ført til en ensidig forskning. ”Denne ensidigheten har overskygget spørsmål om for eksempel TV-mediets kulturelle betydning, dets estetiske aspekter og spørsmål som kunne belyse hvorfor barn er så fascinert av TV” (Tingstad, 2006, s. 66). Tv-ens kommunikasjonsform har blitt betraktet enveisprosess og mye av forskningen har hatt fokus på medienes ensidige påvirkning. I massemedienes opprinnelse var forskningens hypotese at de som hadde innflytelse over mediene, følgelig hadde innflytelse og makt over dets publikum. Dette hadde også et fundament i en oppfattelse av mediebruk som en enveiskommunikasjon. En tidlig retning innen barnemedieforskning var effektforskning. Effektstudier om massemediekommunikasjon og barn handlet ofte om hvilke læringseffekter og følelsesmessige virkninger mediebruk kunne ha på barns utvikling. Denne retningen bygget på en forståelse av at mediekommunikasjon var enveiskommunikasjon. Senderen kommuniserer et budskap som mottakeren ikke har mulighet til å respondere på og dermed er barnet kun en sårbar mottaker og offer for manipulering (Tingstad, 2006).

Tingstad (2006) knytter dette til *stimulus-respons-modellen*. ”senderen kommuniserer et budskap til en mottager som ikke har noen mulighet til å gi tilbakemelding, og som dermed oppfattes som et sårbart offer for senderens manipulering” (Tingstad, 2006, s. 33). Synet på barn som *tabula rasa* eller forsvarsløse og passive ofre for mediebudskapet, bunner i denne modellen. Imidlertid har dette rådene perspektivet i forskningen i noen grad forandret seg. Senere har også barns tolkninger av mediebudskapet blitt et aktuelt felt innenfor medieforskningen (2006). ”Selv om SR-modellen til dels fortsetter å bli brukt som utgangspunkt for mange undersøkelser (Werner 1994) , vil få i dag vedkjenne seg en forskningstilnærming der mediekommunikasjon ses som en enveisprosess fra sender til mottager” (Tingstad, 2006, s. 34). Fra et kulturstudie-perspektiv er SR-modellen kritisert i

den form at den mangler et vesentlig element. Det er et aktivt og tenkende individ mellom stimulus og respons. Media er ikke kun et verktøy for å levere ”beskjeder” til passive mottagere/publikum. En er også nødt til å se på mediebruk som avhengig av sosial kontekst. Mening flyter ikke i en retning, fra sender til mottaker og makten som determinerer/avgjør mening ikke ligger hos noen av disse punktene, men i forholdet mellom dem.

Bruksstudiene som motreaksjon til effektstudiene ønsket å tillegge publikum en mer aktiv rolle og var mer opptatt av hva mennesket gjøre med medier. Kulturstudiene kan i tillegg til bruksstudiene sees på som en motreaksjon til tidligere tradisjoner innen medieforskningen. Da kulturstudiene vokste frem var det rådene forskningsparadigme effektforskning. Kulturstudiene forsøkte også å tillegge publikum en mer aktiv rolle, men kan sees på som et alternativ til bruksstudiene. ”...et alternativ som stilte andre typer spørsmål og hadde andre teoretiske og metodologiske utgangspunkt enn de foregående tradisjonene” (Tingstad, 2006, s. 39). Denne endringen som følge av kulturstudiene endret synet på barnet i forhold til barns mediebruk og påvirkning fra mediene. Barnet ble ikke lenger betraktet som et passivt individ med liten grad av mulighet for påvirkning og selektering av mediebudskap. Forskningen vendte heller spørsmålene mot hva mennesket/barnet gjør med mediene enn hva mediene gjør med barnet (Tingstad, 2006).

Fra Kulturstudienes perspektiv kritiseres effektforskning for å operere med en naiv og inadekvat teori om meningsdanning og at den i stor grad benekter publikum som aktive meningsskapere. Kulturstudiene har på den andre siden blitt beskyldt for å ukritisk mene at media ikke har noen effekt i det hele tatt, eller at slike effekter er harmløse og ser i for stor grad på forholdet mellom barn og medier med en positiv holdning (Buckingham, 2008).

Barnet som sosial aktør i møte med mediene er sentralt innen denne tilnærmingen. Imidlertid påpeker Buckingham (2008) viktigheten av å se på dette med et forholdvis moderat blikk da forholdet mellom barn og medier er sammensatt av flere elementer og aktører.

Yet there is a risk of adopting a rather simplistic childcentred approach, which seeks to celebrate the sophistication of the ”media-wise” child and to prove (endlessly) that children are not gullible or as passive as they are made out to be. There is often an implicit assumption that if children are ”active”, then they are somehow not going to be influenced by what they watch. Yet this does not necessarily follow: indeed, one could argue that in some instances to be ”active” is to be more open to influence – and ”activity” should not in itself be equated with agency, or with social power. (Buckingham, 2008, s. 227)

Selv om både Buckingham (2008) og Tingstad (2003) påpeker viktigheten av å ikke overestimere barns mediekompetanse og barnets utelukkende utbytte av mediebruk, er dette sentralt i kulturstudiene (Buckingham, 2008). Blant annet Buckingham (2000) som er en viktig representant for kulturstudiene har kritisert Postman (1984) for å ha et ensidig syn på forholdet mellom barn og medier, der mediene påvirker barnet, særlig på en negativ måte. Buckingham presenterer et forholdsvis optimistisk syn på medias betydning for barn og unge:

Here, the emphasis is placed on the liberating potential of new media technologies: they are seen to increase the democratic control of communications, to transform consumers into producers, and to enable new voices to be heard and new forms of identity or subjectivity to be represented. Old constraints and hierarchies are being broken down as opportunities are created for new, more challenging, more interactive cultural forms (Buckingham, 2000, s. 81).

Denne debatten jeg har presentert her med Buckingham og Postman i front vil jeg i sluttkapittelet 7 komme tilbake til.

3.2.2 Barn og –medieretning i Sosiologien

Sosiologiske perspektiver på barn og barndom vektlegger andre dimensjoner i forholdet mellom barn og medier. Sosiologi er et stort forskningsfelt og med mange ulike tilnærminger. Som et resultat av veksten av medietilbudet har forskning på barn og medier også blitt en del av sosiologien. Det er også naturlig at sosiologien tar opp i seg disse temaene, da mediene er den stor del av vårt sosiale liv. De sosiologene jeg presenterer her er opptatt av hvordan barnet blir sosialt konstruert og har ikke nødvendigvis hovedfokus på det spesifikke forholdet mellom barn og medier. Imidlertid berører samtlige dette feltet. Synet på barn og barndom er et sentralt tema i sosiologien og her vil jeg bruke blant annet Qvortrup (2005) Frønes (2005), James og James (2004) og Werner (1997) som representanter for dette feltet. Dette fordi disse sosiologene har skrevet om forholdet mellom barn og medier på forholdsvis litt ulik måte. Sosiologien ser på sosialiseringsprosessen som forming og utvikling. Betydning av den samfunnsmessige formingen av barnet er sentralt i dette perspektivet. Som tidligere sett ser sosiologien på barnet som en sosial konstruksjon og hvordan dette har endret seg opp igjennom årene. Sosiologer hevder at moderne og nye medier danner grunnlag for en ny barndom og at barndommen forandres kontinuerlig. Tidlige tradisjoner innen sosiologi og pedagogikk har hatt et syn på barndom gjennom det å se på sosialisering som en

integreringsprosess der kulturelle mønstre blir forandret til indre motivasjon og tanker. Senere perspektiver på barndom anerkjenner hvordan flere strukturer og mekanismer setter en ramme for barndom som kulturelle, økonomiske og sosiale betingelser for barn. Denne rammen definerer også bilder og ideer om barndom. Med dette kan barn sett på som medlemmer av en minoritetsgruppe, en marginalisert kategori eller som en gruppe som venter på å tre inn i samfunnet (Frønes, 2005).

Childhood as the role of the child, assigning a set of characteristics to all children. Childhood constitutes a framework structuring the factual life of children, a cultural realm with rights and entitlements, and the role and image distinguishing children from adults (Frønes, 2005).

James og James (2004) forklarer deres syn på barndom slik:

At a theoretical level, we have argued that there is a highly dynamic and symbiotic relationship between the conceptualisation of childhood as a particular generational and cultural space, and children's actions as the occupants of that space; that children are social members of the category "child" who, through their interactions and engagement with the adult world, help to form both the categorial identity of "child" with which they are ascribed *and* the generational space of "childhood" to which they belong; and that this relationship delineates the "how" of the socialisation process. (James & James, 2004, s. 74)

James, Jenks og Prout (1998) påpeker at barn er en egen kategori og må bli betraktet som integrert i ethvert sosialt system: "Children are a structural category, they are part of the very constitution of social life and should therefore be understood as an integral form within every and any social system" (1998 s. 209).

Selv om kulturstudiene og denne retningen innen sosiologien har likt utgangspunkt og henger tett sammen i området barn og medier, skiller sosiologien seg fra kulturstudiene på enkelte områder. Kulturstudiene har et fokus på mediene ved at de endrer og utvikler seg. Følgelig prøver kulturstudie-tradisjonen å forstå noe av den forandringen i forhold til barnet. Denne retningen hadde et utgangspunkt i ungdomskulturen og videre beveget seg til å studere barnet. Innen sosiologien er man mer opptatt av barnet som sosial konstruksjon og hvordan det har endret seg gjennom tidene. Det ligger en annen forståelse av barnet i sosiologien med barnesosiologien i grunn.

3.2.3 Tekstorientert fokus - medietekster som budskap

Et tredje perspektiv på barn og medier har utgangspunkt i resepsjonsforskning og fokuserer mer på hvordan mediebudskapet som tekst blir forstått. Resepsjonsforskning studerer hvilken mening publikum skaper ved å lese og tolke medietekster. Her er medietekster forstått i en vid betydning, slik at TV-programmer inngår i begrepet. Resepsjonsforskning har fellestrekk med både kulturstudietradisjonen og bruksstudietradisjonen, men skiller seg fra begge på ulike måter. Resepsjonsforskningen er i hovedsak opptatt av kulturelle faktorer, fremfor medienes funksjoner i menneskers liv, samtidig har ikke all resepsjonsforskning basis i kulturstudier (Tingstad, 2006). Jeg vil bruke Elise Seip Tønnesen (2000) som representant for denne retningen innen resepsjonsforskning som fokuserer på barns meningsdanning i møte med medietekster. Et hovedtrekk ved denne retningen er tanken om at mening blir til i møtet mellom tekst og mottaker (Tønnesen, 2000). Resepsjonsforskning har de siste ti årene lagt vekt på at ulike mottakere kan konstruere ulik mening ut fra samme tekst. Forskjellige retninger innenfor denne forskningen viser uenigheter i mottakerens betydning for fortolkningsprosessen. Noen legger mer vekt på at ulik grad av åpenhet i tekstene kan representere et potensial for ulike tolkninger. Fortolkning av tekster handler om at et individ/mottaker forholder seg til en mening produsert av en annen/sender (Tønnesen, 2000).

En tekst - enten den formidles på tv, dataskjerm eller i bok – trenger den en leser. Først når teksten blir lest, mottatt eller brukt, virkeliggjøres det meningspotensialet som ligger i teksten. Når jeg her bruker begrepet mening, tenker jeg at mening er et menneskelig fenomen. Det er *mennesker* som opplever mening ved at de oppfatter tegnene og fortolker dem ut fra tidligere erfaringer (Tønnesen, 2007, s. 83)

Når det dreier seg om medietekster, er det tydelig at både betydningen av individuelle og kollektive faktorer i menneskers meningsdannede aktiviteter stor. Ifølge Hall (1980) er medieforskningen fokusert på hvordan koding og dekode av tekster er styrt av ideologi og maktstrukturer i samfunnet. ”I leseprosessen er tekstens rolle å gi instruksjoner for hvordan meningsinnholdet skal konstrueres, mens leserens rolle er å virkeliggjøre tekstens meningspotensial ut fra egne erfaringer, for at det estetiske objektet skal bli til” (Tønnesen, 2000, s. 30). Ifølge Tønnesen (2000) formidler mediene mening i form av tekster, enten det er verbale eller skriftlige tekster. Hun bruker språklæringsteori for å undersøke om dette kan belyse barns forutsetninger til å skape mening som utvikles spesielt i forhold til fjernsynstekster. Hovedfokuset på barn ligger på barns forutsetninger til å oppfatte medie-

tekster og hvordan barnet i en kulturell kontekst danner mening i møte med disse tekstene. Fortolkning er en aktivitet som utføres av individer, men samtidig innenfor en spesifikke kulturelle rammer.

Når det dreier seg om medietekster som formidlere av mening, blir det ekstra tydelig at det må finnes et samspill mellom individuelle og kollektive faktorer i menneskers betydningsproduserende praksis. Her dreier det seg nemlig så åpenbart om en meningsproduksjon og –resepsjon som foregår innenfor et sosialt rom (Tønnessen, 2000, s. 41).

Meningsproduksjon og resepsjon eksisterer altså ikke uten en sosial kontekst eller utenfor et sosialt rom. Denne tekstorienterte retningen ser på budskapet fra mediet og hvordan man teoretisk kan forstå dette og videre forklare hvordan barnet forstår eller danner mening fra dette budskapet.

3.3 Ulike posisjoneringer av barnet

De tre perspektivene presentert i 3.1 legger et grunnlag for at ulike posisjoner av barnet kan bli diskutert. De to første perspektivene ser på barnet som et individ i en sosiokulturell kontekst og det siste er en mer tekstorientert retning. Jeg vil i denne delen presentere to begrepspar som posisjonerer barnet. Disse to posisjonene, *human beings*, *human becomings*, fungerer som to motpoler i denne sammenhengen. Den førstnevnte representerer et syn på barnet som kompetent, mot det andre som har en oppfatning av barnet som sårbart. Dette begrepsparet innebærer mer enn motpolene sårbart og kompetent og dette skal jeg gå nærmere inn på i dette kapittelet. Som tidligere sett har begrepsparet *human beings* og *human becomings* rot i blant annet sosiologien og utviklingspsykologien. Alle de tre perspektivene presentert i 3.1 anvender disse begrepene i diskurser om barndom og barn. *Human beings* og *human becomings* berører altså ulike posisjoneringer av barnet generelt. Begrepene kan knyttes opp til forskningsområdet barn og medier og er ofte referert til i slike diskurser. Imidlertid finnes det også et annet begrepspar som er blitt brukt mye i debatter om på barn og medier og som nettopp retter seg spesielt inn mot dette. Begrepene sårbar og kompetent mener jeg springer ut fra det etablerte begrepsparet *human beings* og *human becomings* med sin plattform i sosiologien. Mens *human beings* og *human becomings* er to generelle barndomssosiologiske begreper, er begrepene *sårbart* og *kompetent* to motpoler som en kan anta at har blitt etablert som følge av veksten av medier i de siste ti-årene, da det ofte er brukt i diskurser om forholdet barn og medier. Diskurser om forholdet mellom barn og medier handler ofte om i hvilken grad det er nødvendig med beskyttelse og kontroll av det sårbare

barnet. De to siste er mer folkelige begreper og er mye brukt i den offentlige debatten om barndom og medier. Begrepene *human beings* og *human becomings*, og *sårbart* og *kompetent* blir brukt av en rekke forskere for å forklare enkelte fenomener innen barne-og medieforskning. Disse begrepsparene ligger til grunn som analyseredskaper når jeg i kapittel 6 og 7 skal analysere intervjudata.

3.3.1 Barnet som ”human beings” eller ”human becomings”

På tvers av de retningene jeg har presentert over, er det en rekke forskere som bruker et begrepspar for å forstå barn og barndom. Det er Begrepsparet *human beings* og *human becomings*, og i dette avsnittet skal jeg se nærmere på hva disse ulike forskerne legger i disse ulike begrepene og skrive de frem slik at de blir analytiske verktøy for meg i mitt arbeid med min innsamlede empiri. I NRK har barndom igjennom mange år med medietilbud for barn, blitt forstått og konstituert. En av de som har skrevet om dette i Norge og som er nært knyttet til NRK er Karin Hake (2006). Hennes bakgrunn er både barneforskning og medieforskning. I tillegg har hun kompetanse fra arbeid med barneprogram i NRK i 25. Hun kan plasseres innen sosiologien og forsker på barnekultur med hovedtyngde innen barne- TV. Sosiologien er opptatt av samfunnets påvirkning og forming av barnet, samt barnets egen utvikling og påvirkning av sine egne omgivelser. Når sosiologer fortolker *human beings* og *human becomings* bruker de det ofte i den sammenheng ved å se på tidligere sosialiseringsteorier med et syn på barnets utvikling som en passiv prosess. Videre definerer de dette synet som et syn på barnet mer som *human becomings* enn *human beings*. Hvis en ser på barn som *human becomings*, innebærer det en oppfatning om at barn er passive mottakere og at barndommen kun er en forberedelsesfase til voksenlivet. Motpolen til begrepet *human becomings* er et syn på barnet som *human beings* og ses på som en den nye forestillingen om hva barndom er. Ved å betrakte barnet som *human being* tillegger man barnet en status som aktivt, sosialt og meningsskapende og kulturskapende i sitt eget liv.

En annen sosiolog og medieforsker, Anita Werner (Werner, 1997) hevder at mediene i liten grad påvirker primærsosialiseringen som familien og andre viktige personer i barnets nærmiljø representerer. Imidlertid er mediene en del av den tiden og den kulturen barnet lever i, og påvirker da på makronivå. Allikevel mener Werner (1997) at mediene er så godt integrert i vårt samfunn at det er vanskelig å skille innflytelsen av mediene og innflytelsen av

andre sosialiseringfaktorer. Den medie-sosiologiske forskningen har dermed dreiet oppmerksomheten mot avgrensede, spesifikke områder og ikke forsker på mediene som et enkelt fenomen.

Anita Werner (1997) presenterer hovedretningene innenfor barn og- medieforskningen på 90-tallet. Den ene tilnærmingen bygger på en kombinasjon av effektmodellen og bruksstudier som jeg tidligere har presentert i punkt 3.2.1. Spørsmålene forskningen da stiller er: hva gjør mediene med menneskene? og hva gjør menneskene med mediene?

Ved å kombinere bruksmodellen med effektmodellen til en ”bruk-og-effektmodell” kopler man sammen ulike aspekter av mediebruk med spørsmålet om virkninger. Tankegangen er at holdninger og forventninger har betydning for virkninger av medier. Hvorfor og på hvilken måte barn og ungdom bruker ulike typer av medieinnhold antas å influere på de unges reaksjoner og dermed på virkningen av mediene (Werner, 1997, s. 29).

Å se på kommunikasjon som en meningsskapende prosess representerer den andre hovedretningen. Fokuset her er meningen som dannes i møte mellom medieinnholdet og mottakeren. Hvis mottakeren tolker budskapet annerledes enn intensjonen til senderen, forklares det i denne tradisjonen med at de tilhører forskjellige kulturer. Hvis en skal se på barnet som mottaker av mediebudskap kan det oppfattes slik at denne retningen støtter synet på barnet som *human becomings*.

Tingstad som representant for Kulturstudiene ser på dette med perspektivet om oppfatningen av barnet som noe ”annerledes” enn det å være voksen i den betydning som ufullstendig. Ved å ha et syn på barnet som *human becomings* gir det føringer på å studere barnet som noe mangelfullt opp mot det å være voksen. Et sentralt tema i diskursen om medier og barn er bekymring. Bekymringen handler ofte om barns manglende forutsetninger i forhold til å prosessere og ”behandle” uttrykk av forskjellig art i media. Argumenter om hvorvidt mediene er skadelige eller en ressurs for barn, vitner om en tanke om at det finnes et universalt svar på alle type medier og alle barn. Ofte gir denne debatten lite rom for nyanser (Tingstad, 2006). Dette kan føre til en ensidig forskning, samtidig gi et syn på barnet som lite variert.

I konstruksjonen av barnet som et kommende individ innebærer et fremtidsorientert fokus. Fokuset ligger på hva barnet skal eller kan bli og ikke hva barnet er. Samtidig påpeker etnologen med forskingsområde barn og barndom Barbro Johansson, at hvis en ser på barn som ufullstendige og på vei til noe, innebærer det også at er skapninger med potensialet. Som

motpol til denne måten å betrakte barn, finner vi begrepet *human beings*. Å se på barn som *human beings* handler om å se på barn som selvstendige aktører med egenverdi. At det eksisterer en egen barnekultur med egne gjøre og tankemåter, representerer *being*-synet. Her er barn er altså en egen type *being* og helt klart en egen gruppe i samfunnet (Johansson, 2010).

Sosiologen Qvortrup (Qvortrup, 1994) omtaler dette begrepsparet i mange av sine tekster. Han bruker begrepet *human beings* i den betydning at han hevder at barn ikke bare har behov, men også interesser som kanskje ikke er forenelig med andre sosiale gruppers interesser. Imidlertid anerkjenner han at barn og barndommen blir påvirket av ytre sosiale krefter, hvor jeg tolker her at media er en slik kraft.

James og James (2004) ser på barn som sosiale aktører i formingen av deres egen barndom. Motpolen som er en oppfatning av barn som kun passive objekter mener de er utdatert og ikke forenlig med nyere forskning. Imidlertid hevder de at det riktignok ikke er like allment klart hva dette betyr i praksis. I møte med barn flykter ofte voksne inn i gamle modeller og forestillinger av hva barndom er og dette legger føringer på sosiale praksiser og reguleringer av barndommen. Dette mener de produserer begrensinger av barnet som agent.

If children were *not* agents and were simply passive beings, at the mercy of some social and developmental trajectory over which they had little control, then clearly the need for such forms of ideological control and social intervention would disappear. That different kinds of control and interventions *are* put in place, however, reveals that children *are* agents, whose actions have consequences the effects of which adults might – and often do – wish to control (James & James, 2004, s. 25)

James, Jenks og Prout (1998) mener at det har skjedd en endring i synet på barnet/barndom ved at den har fått status med egenverdi ut over det å være en forberedelse til å bli voksen.

Når dette er sagt påpeker Tingstad (2003) at ved å utelukkende se barn som *human beings* kan barnesosiologien bli for deterministisk i dens oppfatning av barn og barndom. Som følge av dette kan barnet bli tillagt en generell egenskap som aktiv, kreativ og selv-bestemmende i for stor grad. Dette nye paradigme som har en oppfatning av barnet som *human beings* kan undervurdere barndommens kompleksitet hvis en ikke anerkjenner barnet som både subjekt og objekt. ”In a symbolic interactionist perspective, human beings are seen as living in a world of meaningful objects, not in an environment of stimuli or selfconstituted entities”

(Tingstad, 2003, s. 52). Barnet blir altså påvirket av omgivelsene, samtidig som det selv påvirker sine omgivelser.

Det har skjedd en endring i samfunnet hvordan vi betrakter barn og barndom. Fra å tidligere ha hatt et forholdvis ensidig syn på barnet som *human becomings* og betraktet barndommen som et forberedelsesstadium til livet som voksen, betraktes barnet mer som *human beings* med egenverdi i seg selv. Disse begrepene er blitt anvendt av en rekke sosiologer, pedagoger og barnemedieforskere og er fortsatt aktuell i blant annet forskningsområdet barn og medier. Begrepene vil være sentrale i mitt analytiske arbeid med datamaterialet, der jeg skal lokalisere ulike diskurser om synet barnet som *human beings* eller *human becomings*.

3.3.2 Barnet som sårbart eller kompetent

Det sårbare og det kompetente barnet er to måter å posisjonere barnet. Det som kjennetegner begrepet sårbart er et syn på barnet som et umodent individ med behov for beskyttelse. På den andre siden er begrepet kompetent en forklaring på et syn på barnet som godt rustet i møte med mediene. Disse begrepene kan man trekke linjer til begrepene *human beings* og *human becomings*. Det finnes mange likhetstrekk i synet på barnet som sårbart og synet på barnet som en *human becoming*. Barnet som et uferdig individ på vei til på bli voksen er sårbart og trenger behov for beskyttelse. På lik linje kan man sammenligne synet på barnet som kompetent og begrepet *human beings*. Et kompetent barn, med en egen stemme vil ha en status som en handlende aktør. Både Tingstad (2006) og Buckingham (2000) som er viktige representanter for Kulturstudiene, presenterer disse to polariserende perspektivene på barn i forhold til medie verden, som kan knyttes tett opp til *human beings* og *human becomings*. Allikevel er begrepene sårbart og kompetent mer særegne mediebegreper.

Imidlertid brukes disse begrepsparene ofte om hverandre og som nesten synonyme begreper når det gjelder temaet barn og medier. Den ene siden representerer et syn på barnet som sårbare og som er avhengige av beskyttelse, mens den andre polen viser et syn på barnet som fritt og kompetent mediebruker. Hvis en betrakter barnet som sårbart og med et behov for beskyttelse vil en sannsynligvis se på mediene som en trussel. Dette kobles til begrepet moralsk panikk der frykten for påvirkning av blant annet vold og sex i media er sentral. Et liknende perspektiv kan en allerede finne hos sosiologen Ivar Frønes (1998) på slutten av 90-tallet. Gjennom å beskrive unge i dagens samfunn som "samfunnets ospeblad", viser han en

oppfatning av barn som sårbare. ”De er som ospebladene, som først registrere nye vinder, ikke bare fordi de har følsomme blader, men fordi de har svake røtter” (Frønes, 1998 s. 13). Samtidig trekker Buckingham (Frønes, 1998) frem en eldre holdning om barnet som naturlig, der deres natur er å være bærere av «synd». «they possess drives towards violence, sexuality and anti-social behaviour which are only barely kept under control – and which «irrational» influences like the media are seen to have power to release” (Buckingham, 1998, s. 37). Et fenomen som er nært knyttet til blant annet sosiologien er begrepet *soveromskulturen*. Dette er knyttet opp mot det sosiale rommet barn oppholder seg i. Stadig vekk finnes det i flere hjem, og i mange tilfeller også på barnerommet, TV og datamaskiner med internett tilgjengelig for barn. Fenomenet *Soveromskulturen* beskrives som at barn har soverommet spekket med medier, slik som TV, internett og musikkanlegg og tilbringer mye av fritiden sin der. De oppholder seg mer og mer i deres private rom, enn i familiens felles arealer.

4 Metode

Forskningsspørsmålene og problemstillingene (jfr. Kapittel 1) i oppgaven legger klare premisser for de metoder som blir brukt. I dette tilfellet er jeg primært opptatt av hvordan NRK- *Supernytt* posisjonerer og konstruerer sin målgruppe; barnet i alderen 9-12 år som TV-seere. Det var derfor hensiktsmessig å kombinere intervjuer med sentrale aktører i NRK *Supernytt*, og observasjon av deres redaksjonsmøter. Observasjonene var av daglig arbeid der diskusjoner om valg av saker, samt vinkling av disse, dukket naturlig opp. Intervjuene utgjør det sentrale datamaterialet. Observasjonene fra redaksjonsmøtene var primært viktig som bakgrunnsmateriale til intervjuene. Mitt primære datamateriale kan derfor sies å være halvstrukturerte kvalitative intervjuer med tre redaksjonsmedlemmer med beslutningsansvar i NRK- *Supernytt*.

I dette kapittelet skal jeg først i 4.1 presentere og beskrive utvalget mitt. Jeg forklarer hvem jeg har valgt å forske på og hvorfor det var hensiktsmessig å disse i dette studiet. Videre i 4.2 redegjør jeg for hvorfor jeg har valgt å gjøre halvstrukturerte intervjuer og hva jeg ønsket å få svar på ut fra min intervjuguide. I 4.3 beskrives hvordan jeg gjennomførte datainnsamlingen og i 4.4 presenteres hvordan jeg har bearbeidet datamaterialet. Hvilken analysemetode jeg har valgt å gjøre er avgjort på bakgrunn av datamaterialet.

4.1 Utvalg

I denne oppgaven har jeg valgt å bruke casestudie som forskningsstrategi i utvalg av forskningsobjekter. Casestudier involverer få antall personer, bedrifter eller institusjoner (Befring, 2007) ”En casestudie er en undersøkelse som benytter en allerede eksisterende grense for hva og hvem undersøkelsen inkluderer og ekskluderer” (Tjora, 2012, s. 35). Da det overordnede tema for oppgaven min var NRK som kringkaster med barn som målgruppe, og mine forskningsspørsmål og problemstilling fokuserte på nyheter for barn, var det naturlig å velge NRK og *Supernytt* som case. *Supernytt* ga meg de nødvendige rammene for et case og fremstod som en god mulighet til å studere hvordan et utvalg av personer som tar beslutninger basert på deres oppfatning av relasjonen mellom barn/barndom og medier. Problemstillingen i oppgaven la helt klare premisser i avgjørelsen om hvem jeg skulle intervju. Det var ikke interessant i denne sammenheng å studere barns opplevelse av

programmet og det kan argumenteres for at barn ikke trenger å involveres direkte i forskningen når man forsker på barn og konstruksjoner av barndom. (Frønes & Backe-Hansen, 2012).

4.2 Intervjuguide

Fra intervjuguiden som var utarbeidet i forkant av intervjuene, tok jeg sikte på å få svar på disse sentrale temaene:

Refleksjoner om nyhetssjangre og nyhetskategorier i sendingene, samt strukturen i sendingene.

Hvorfor, hvordan og hvor ofte de bruker barn som kilder eller case i sakene.

Hvordan de behandler respons fra seerne, samt jobber for interaktivitet med seerne.

Hvor tett mener redaksjonen at *Supernytt* skal være opp til det generelle mediebildet.

Om de er bevisste på i hvilken grad *Supernytt* har et pedagogisk ansvar.

Hele intervjuguiden har jeg valgt å legge ved til slutt i oppgaven (se vedlegg 1).

Jeg ønsket å finne/analysere hvilke grunnleggende verdier og syn på barn og unge som ligger til grunn for de journalistiske vurderingene i NRK- *Supernytt* sine sendinger.

Problemstillingen for oppgaven omfatter på hvilken måte NRK henvender seg til barn og hvordan dette viser seg i de medieproduktene som blir laget for denne målgruppen. Derfor er det naturlig og mest hensiktsmessig å bruke kvalitativ metode som forskningsmetode. Et av de sentrale formålene med kvalitative studier er å oppnå en forståelse av sosiale fenomener gjennom fyldige data om personer og situasjoner. Jeg valgte å gjøre dybdeintervjuer med redaksjonsmedlemmer. ”Som hovedregel kan vi si at man bruker dybdeintervjuer der man vil studere meninger, holdninger og erfaringer” (Tjora, 2012 s. 105). Det var interessant å observere hvordan redaksjonen jobber i helhet, men også å få tak i den enkelte journalists/redaksjonsmedlems tanker og arbeid i forhold til problemstillingen. Jeg var ikke interessert i å gjøre publikumsmålinger eller finne data om barns opplevelse av programmet, men derimot data som omhandler NRKs syn og perspektiver på barndom og media. Dette studiet om et enkelt case, kan ikke generaliseres til å si noe om hvordan hele NRK tenker om barndom. Følgelig kan det heller ikke si noe om hvordan alle redaksjoner som jobber på

denne måten og med noe av de samme temaene, tenker. Mitt case kan altså ikke si noe utover de grensene caset gir.

Dette ville jeg best få innblikk i ved å gjøre kvalitative intervjuer av redaksjonen i *Supernytt*. En fordel med kvalitativ metode er fleksibilitet. Jeg valgte å bruke et nokså strukturert intervju med temaer og klare underspørsmål. Jo mer strukturert intervjusituasjonene er, jo lettere er det å strukturere og analysere intervjuene senere (Kvale & Brinkmann, 2009). Imidlertid fantes det ingen faste svaralternativer og intervjuguiden var lagt opp slik at informanten kunne snakke fritt rundt et tema og komme med andre tanker og opplysninger i intervjuet. Likevel: Det var viktig å anvende en slik form for metode i intervjuene, da jeg ønsket å få svar på både konkrete arbeidsmetoder og vurderinger, samt subjektive oppfatning av barn og deres forståelse av barndom i arbeidet med en nyhetssending. Jeg intervjuet redaksjonssjefen og vaktsjefen i *Supernytt*. Vaktsjefen har ansvar for å strukturere sendingene og ta siste avgjørelse om hvilke saker som blir plukket ut til hver sending før det skal godkjennes av redaksjonssjefen. I tillegg til dette lager vaktsjefen reportasjer på lik linje som de andre videojournalistene i redaksjonen. Ved å intervju disse to aktørene i *Supernytt* ville jeg få en god og bred informasjon som til en viss grad ville være representativt for hele redaksjonen. Observasjonene jeg gjorde i forkant av intervjuene viste også hvordan hele redaksjonen diskuterer en rekke temaer som jeg tok opp i intervjuene. I tillegg til dette var det naturlig å intervju ansvarshavende for nettsidene til *Supernytt*. Dette fordi noen av temaene handlet spesifikt om barns rolle på nettsidene og begrunnelser for valg av saker til nett. Nettansvarlig har ansvar for alt som blir lagt ut på nettsidene, blant annet saker og spørreundersøkelser. I tillegg skal nettansvarlig moderere diskusjonsområdene på *Supernytts* nettsideside, der seerne selv kan kommentere og stille spørsmål.

Som et supplement til intervjuene ønsket jeg å få et innblikk i redaksjonsmøter, gjerne kalt morgenmøter i NRK. Morgenmøtene som ble observert ga meg en mulighet til å observere daglig arbeid i redaksjonen. Diskusjonene her viser refleksjon rundt sendingene og naturlig kommunikasjon mellom redaksjonsmedlemmene når de diskuterer konkrete saker. Et av argumentene for å velge observasjonsstudier som metode er at de kan gi oss tilgang til situasjoner som de involverte ikke har tolket først, i motsetning til intervjuer (Tjora, 2012). Da observasjonene i dette tilfellet var av redaksjonsmøter som arbeidspraksis, i tillegg til å få informasjon om hva redaksjonen selv tenker om *Supernytt* sin praksis, var jeg interessert i å studere hvordan de arbeidet i form av planlegging, evaluering og diskusjoner. "Om man skal

si det enkelt kan man tenke seg at vi med observasjon studerer det folk gjør, mens man i intervjuer studerer det folk sier (at de gjør). Er man interessert i å finne ut hva folk gjør, bør man dersom det er mulig inkludere observasjon som datagenereringsmetode” (Tjora, 2012 s. 46). Ved å gjøre observasjonene *før* jeg intervjuet sentrale redaksjonsmedlemmer, ville jeg derfor både ha innsikt i hvordan beslutningstakere utøver sin rolle på morgenmøter. Dette var viktig informasjon for meg som en del av forberedelsene til intervjuene.

4.3 Gjennomføring av intervjuene og observasjonene

Jeg startet innsamling av datamaterialet med å delta på et redaksjonsmøte/morgenmøte i november 2012. Der gjorde jeg fortløpende notater av det som ble diskutert. Observasjonen pågikk gjennom hele møtet som varte i 45 min. En uke senere observerte jeg morgenmøtene tre dager på rad. Disse dagene var tirsdag, onsdag og torsdag. Jeg valgte tre ukedager på rad for å få kontinuitet, og dermed mulighet til å følge temaer som hadde vært diskutert dagen før. I tillegg gjorde valget av disse tre dagene at jeg fikk informasjon gjennom redaksjonens evaluering av sendingen på mandagen, og redaksjonens planlegging av fredagens sending. Ut av observasjonene tirsdagen, onsdagen og torsdagen fikk jeg informasjon om både evaluering og planlegging av en hel arbeidsuke i redaksjonen. Observasjonene jeg gjorde av redaksjonsmøtene utartet seg i praksis ved at jeg satt rundt møtebordet sammen med redaksjonen. Den første dagen startet møtet ved at jeg først presenterte meg selv og mitt prosjekt. Deretter satte de i gang med evaluering og planlegging. Hvert enkelt møte varte i om lag 45 minutter.

Jeg deltok ikke i disse samtalene, men svarte på eventuelle henvendelser under møtet.

Formen for innsamling av informasjonen var fortløpende feltnotater. Jeg noterte ned for hånd så godt som mulig alt som ble sagt, for å senere lage et elektronisk dokument som var søkbart og hadde det samme format som intervjuene. I samarbeid med min veileder og på grunnlag av begrensning av hva NRK tillot meg å gjøre, ble det laget skriftlige feltnotater framfor lydopptak under disse møtene. Det betyr at jeg fikk observert morgenmøter slik som de vanligvis er, uten påvirkning av deltagerens bevissthet om at absolutt alt som ble sagt ble lagret som lydfil. Det var heller ikke unaturlig å notere under disse møtene, da flere i redaksjonen selv noterte noe av det som ble diskutert. Min praksis var altså lik deltagerens praksis.

I feltnotering brukes ofte to strategier. Den ene strategien går ut på at man noterer det mest i øyenfallende man observerer. Den andre fungerer slik at en forsøker å notere så komplett som mulig (Tjora, 2012). I mitt tilfelle var de situasjonene jeg skulle observere redaksjonsmøter. Jeg noterte nesten alt som ble diskutert og kan i hovedsak plassere meg i strategi nr. 2. Imidlertid selekterte jeg ut enkelte tilsynelatende ubetydelige setninger som jeg så på som ”avsporinger” fra diskusjonen. Forskerens notater blir farget av deres bevissthet, forståelse og tenkning, og de blir dermed både aktører, referenter og forfattere (Coffey 1996:66) som genererer feltnotatene ikke bare ut ifra situasjonen, men også ut ifra egen bedømmelse (der og da) om hva som bør inkluderes” (Tjora, 2012 s. 63). For å sikre at forskerens forståelse ikke påvirker resultatene i en uheldig retning, er det en enighet blant kvalitative forskere at man bør notere og atskille de løpende beskrivelsene, og tolkninger og inntrykk. Jeg mener at de små selekteringene jeg foretok under observasjonene ikke vil ha betydning for innsamlingen og den videre analysen. Selv om jeg ikke direkte har brukt observasjonsdataene i analysen har de likevel vært viktige for oppgaven da jeg fikk innsikt i de diskusjonene som oppstod under redaksjonsmøtene. Notatene fra møtene har vært med på å styre hvordan intervjudataene, som er primærdataene, er blitt til. Derfor mener jeg det også har vært legitimt å beskrive detaljert hvordan jeg arbeidet med denne første delen av datainnsamlingen.

Intervjuene ble gjennomført i den samme uken, etter avtale med informantene. Intervjuene varte omtrent i en time, med litt variasjoner på grunn av de forskjellige informantenes posisjon og kunnskap i forhold til temaene. Intervjuene ble gjennomført i NRKs lokaler. Jeg startet intervjuene med å få en bekreftelse på at jeg kunne ta lydopptak og opplyste om hvor lang tid intervjuet ville vare. Formålet med studien og hvordan jeg skulle anvende informasjonen jeg ville få, hadde jeg tidligere informert informantene om ved en presentasjon på et av morgenmøtene jeg deltok på.

En del av begrunnelsen for å ta lydopptak ved intervjuer er at det er meget viktig å ta vare på informantens egne uttalelser (Dalen, 2011). Andre argumenter er at jeg som intervjuer kan konsentrere meg om intervjuets emne og dynamikk. Å ta omfattende notater under et intervju kan være distraherende ved at det avbryter samtalens flyt. Forskerens hukommelse har også begrensninger. Nøyaktige formuleringer kan raskt og lett glemmes (Kvale & Brinkmann, 2009). Å bruke lydopptak var ideelt som innsamlingsmetode av data, da hensikten med mitt studie var å intervju informantene i kraft av deres yrke og posisjon. Jeg var ikke interessert i

kroppsspråk, den fysiske tilstedeværelsen eller intervjusituasjonens sosiale sfære. Det finnes det argumenter mot bruk av lydopptak ved at i enkelte tilfeller kan intervjuobjektene føle seg ukomfortable i situasjonen. Imidlertid ga mine informanter klart uttrykk for at det ikke ville være noe problem for dem og jeg opplevde heller ikke at intervjuet tok skade av båndopptakeren.

4.4 Bearbeiding av datamateriale - diskursanalyse

Som analytisk grep har jeg i denne oppgaven gjort en diskursanalyse av intervjuer med sentrale redaksjonsmedlemmer i *Supernytt*. Analysen legger særlig vekt på å løfte fram de diskurser om barnet og barndom som informantene trekker på i den sosiale interaksjonen som mine forskningsintervjuer utgjør.

4.4.1 Diskursanalyse

En diskurs er bestemt måte å snakke om og forstå verden på. Diskursanalyse kan defineres som en analyse av det meningsbærende i et språklig uttrykk (Winther Jørgensen & Phillips, 1999). ”Selve hovedpoenget med diskursanalyse er å analysere mening som en del av det generelt sosiale der mening dannes” (Neumann, 2001). Diskurs er med på å skape den sosiale verden. Vår måte å snakke på avspeiler ikke bare vår omverden, identiteter og sosiale relasjoner nøytralt, men spiller en aktiv rolle i å skape og forandre dem (Winther Jørgensen & Phillips, 1999). Diskursanalyse fokuserer på hvordan sannhetseffekter skapes i en diskurs som verken er sann eller usann. Ifølge Jørgensen og Phillips (1999) kan ikke diskursanalyse settes inn i hvilket som helst rammeverk. Diskursanalyse må knyttes til teori og metode og kan ikke brukes løsrevet fra dette. ”Diskursteorien sigter mod en forståelse af det sociale som en diskursiv konstruktion, hvor alle sociale fænomener i princippet kan analyseres med diskursanalytiske redskaber” (Winther Jørgensen & Phillips, 1999, s. 35). De tre retningene innen diskursanalyse har alle grunnlag i sosialkonstruktivismen og oppfatter utøvelsen av en diskurs, diskursiv praksis, som en sosial praksis.

4.4.2 Diskursanalyse som analytisk metode i denne oppgaven

Intervjuene i denne oppgaven er en interaksjon mellom meg som forsker og intervjuobjektene der mening om et bestemt tema blir konstruert. En felles oppfatning av at materialet skal brukes i en masteroppgave setter rammer og betingelser for situasjonen. Følgelig er denne

samtalen en diskurs som skiller seg fra andre samtaler og interaksjoner.

Intervjudatamaterialene anser jeg derfor i denne oppgaven som en samtale hvor kunnskap om *Supernytt* blir sosialt konstruert i denne spesifikke konteksten. Disse intervjuene oppstod som en del av arbeidet med caset hvor jeg tidligere hadde gjort observasjon på morgenmøtene. På den måten hadde jeg i selve intervjusituasjonene kunnskap om *Supernytt* redaksjonens arbeid og diskusjoner.

I analysekapitelene 6 og 5 analyserer jeg hvordan de som jobber med *Supernytt* konstruerer barnet som TV-seer og hvordan de trekker på ulike forståelser om barndom i en sosial interaksjon med meg som forsker. Deres oppfatning av barnet vil gjennom denne språklige interaksjonen være en diskurs. Samtidig vil de i denne språklige settingen, som er sosialt konstruert, posisjonere barn ved å trekke på ulike diskurser om barnet som TV-seer og om barndom generelt. Informantene knytter deres oppfatninger i intervjuene til de nyhetssendingene de lager og uttaler seg ikke nødvendigvis kun eksplisitt om barnet eller barndom. Min oppgave blir dermed å tematisk organisere disse utsagnene i analysens ulike deler. Disse delene introduserer jeg i kapittel 5.

Som tidligere påpekt var det nødvendig med intervju av forskjellige personer knyttet til programmet. Prosjektet mitt er meldt inn til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) og jeg har fått tilbakemelding på at behandlingen av personopplysninger i forhold til prosjektet tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven. Svarbrev fra NSD er lagt som vedlegg i oppgaven. Behovet for å anonymisere intervjuobjektene var ikke sentralt i mitt arbeid. Det ville være unaturlig å forsøke å anonymisere de sentrale personene i redaksjonen. Jeg har imidlertid valgt å ikke bruke navn når jeg referer til intervjuobjektene i analysen. Der bruker jeg titlene: redaksjonssjef, vaktchef og nettansvarlig.

5 Analyse

I dette kapittelet vil jeg gjøre en tematisk analyse av datamaterialet jeg har samlet inn. Problemstillingen i denne oppgaven, som jeg presenterte i kapittel 1, er som følger: Hvilke implisitte verdier og syn på barn og unge ligger til grunn for de journalistiske vurderingene i NRK- *Supernytt* sine sendinger. Hvilken forståelse har NRK-*Supernytt* av barn og barndom, og hvordan vises dette gjennom programmet? Ut fra intervjudata har jeg valgt to hovedtemaer som best mulig belyser oppgavens problemstilling. Temaene belyser på ulike måter diskurser om barnet. Dataene jeg skal analysere er kvalitative intervjuer av Supernyttredaksjonen. Å lage nyheter på tv og nett for barn dreier seg om to elementer for de jeg har intervjuet.

For det første dreier det seg om at de skal ivareta sin profesjon som nyhetsjournalister og lage sendinger. Hvordan de vurderer format og sin egen profesjon er det ene temaet i mine analyser. Dette kommer til uttrykk i nyhetskriterier, sendingens struktur, valg av saker til nettsidene og hvordan de bruker barnet som aktør i nyhetssendingene. Alt dette er grep de gjør ut ifra sin profesjon som journalist og produsent av nyheter. Her snakker de med utgangspunkt i hvordan nyhetssendingene blir produsert med et blikk som nyhetsjournalister.

Det andre temaet som jeg skal presentere i kapittel 6 dreier seg om den rollen journalistene i *Supernytt* har fordi de jobber med å lage nyheter for barn. Når de arbeider med nyheter for barn må de ha spesifikke forståelser av hvem målgruppen er. Dette vil selvfølgelig også ha implikasjoner for hvordan de tenker om mediet, men her gjelder et mer overordnet syn på barn. Dette kommer til uttrykk i hvordan de oppfatter barn som meningsytrere på nett og hvordan de oppfatter barn som TV-seer. Hvordan de skal oppnå å tilegne seg informasjon, barnet som TV-seer med et behov for beskyttelse mot skremmende informasjon og rett til opplysning. Her har jeg fokusert på de stedene i intervjuet der informantene eksplisitt posisjonerer barnet. Dette gjøres gjennom utsagn om barnet som *Supernytts* målgruppe.

5.1 Å konstruere barnet gjennom nyhetssendinger

Temaet i dette analysekapittelet tar for seg hvordan redaksjonsmedlemmene reflekterer rundt selve sendingene og måten de blir formidlet på til målgruppen. I tillegg viser jeg hvordan *Supernytt* bruker barnet både som intervjuobjekt og case i sendingene. I disse utsagnene mener jeg at det kommer frem et syn på barnet implisitt ved at de reflekterer rundt hvordan sendingene blir produsert med et blikk som nyhetsjournalister. Underkategoriene er uttrykk for synet på barnet gjennom krav til nyhetskriterier, sendingens struktur og valg av saker til *Supernytts* nettsider.

5.1.1 Nyhetskriterier som uttrykk for synet på barndom

Nyhetskriterier er naturligvis et viktig tema for alle som lager nyheter enten i aviser eller på TV. For å kunne opprettholde en status som nyhetsprogram er det nødvendig at nyhetskriteriene er ivaretatt. Nyhetskriterier er et sentralt tema i intervjuene. I følge Østlyngen og Øvrebø (Østlyngen & Øvrebø, 1998, s. 103) skal en god nyhet fylle minst ett av nyhetskriteriene. Disse kriteriene er ofte presentert som VISA-begrepet. De fire bokstavene representerer hvert sitt kriterium ; Vesentlighet, Identifikasjon; Sensasjon og Aktualitet. Det nyhetskriteriet som jeg velger å fokusere på i dette kapittelet er kravet om at en nyhet må være en aktualitet. De fleste sakene som blir sendt på *Supernytt* skal som regel være en nyhet eller ha en aktualitetsknagg. Det kan antas at dette vil si at redaksjonsmedlemmene er bevisste på at de skal være tydelige på at *Supernytt* er et nyhetsprogram og ikke et magasinprogram eller lignende. I det første intervjuutdraget jeg har valgt ut som aktuelt oppfatter jeg at vaksjefen snakker om nyhetskriteriene knyttet til *Supernytt* som et nyhetsprogram:

Vi vil jo helst ha en nyhet eller aktualitetsknagg å henge det på, men av å til så lager vi det likevel. Men det er jo det som er målet vårt. Og vi hadde jo om MTV-Awards i går, men det var jo en nyhet. Der var det jo priser. Og såne saker har de jo i morgennytt og dagsrevyen også. Og mange saker er jo litt i grenseland og at snøen smelter på ispolen er jo på en måte en ting som kunne ha gått i newton eller fakta-program, men fordi at det er en nyhet da, eller nye tall på hvor mye isen egentlig smelter.

Vi tilstreber jo oss det, men det er ikke alltid vi har det, eller en aktualitet. Sånn som i dag har vi en sak om den knappen til mattilsynet. Det er jo ikke en nyhet, men det er jo en folkeopplysning og det er en aktualitet fordi det er veldig mye om dyrevelferden om dagen. (i media generelt). Så vi skal jo også drive med folkeopplysning.

I disse intervju-ekstraktene sier vaksjefen at hun er bevisst på at de noen ganger sender saker som kanskje ikke er en nyhet i seg selv eller har en aktualitetsknagg hvor de som journalister kan henge seg på, men at målet deres er å ha mest mulig tydelige nyhetssaker. Et eksempel hun trekker frem er en sak de laget om mattilsynet og dyrevelferd. Saken var ikke en nyhet i seg selv, men det var en aktualitet fordi det på det tidspunktet var mye om dyrevelferd i øvrige media. Da det på det tidspunktet kunne knyttes opp til en aktualitet vil saken legitimeres som en nyhet gjennom nyhetskriteriene. Samtidig sier hun i dette ekstraktet at *Supernytt* også skal gjøre folkeopplysning. Det kan antas at hun mener de kan sende slike saker innimellom ved at sakene enten kan knyttes opp mot en aktualitet eller ved at de inneholder en slags folkeopplysning for seerne. Eksempelet hun trekker frem som hun mener er i grenseland til å være en sak som kunne ha passet inn i blant annet magasinprogrammet *Newton*, er at snøen smelter på polene. Det som gjør denne saken til en sak for *Supernytt* er at den i noen ganger kan knyttes til en aktualitet. I dette tilfellet er aktualiteten det at det er lansert nye tall på hvor fort isen smelter.

I neste intervjuetrakt går vaksjefen enda mer detaljert inn når hun forteller om utfordringer med et tema de ønsker å fortelle seerne om, men som ikke alltid har en like klar nyhetsaktualitet.

Vaksjef: Så vi vil jo gjerne lære opp, men det må være mer en aktualitet eller en nyhetsknagg for å ta opp et emne da. Det er i hvert fall det vi tilstreber oss. Vi har jo snakket om Henrik Ibsen også, men det var jo en liten utfordring det også. Da var utfordringen at vi ville ha noe om Henrik Ibsen og jeg fant en gutt som kunne veldig mye om Henrik Ibsen. Og min knagg var at det var veldig mange Ibsen-festivaler denne uken. Men det hadde programlederen tenk ikke var så farlig, så det hadde programlederen tatt bort. Og det var litt sånn: ok, hvorfor har vi egentlig denne saken nå?

Videre i dette ekstraktet er vaksjefen mer tydelig på at det må være en nyhetsknagg eller aktualitet i en sak for at de skulle sende den. Et eksempel på dette som hun trekker frem er en sak der de ønsket å fortelle seerne om Henrik Ibsen. Vaksjefens nyhetsknagg i denne saken var at det var mange Ibsen-festivaler i Norge på det tidspunktet. Hun forteller videre at da programlederen skulle presentere saken utelot hun å knytte saken opp til denne nyhetsknaggen. ”og da var det litt sånn: hvorfor har vi egentlig denne saken nå?” Dette kan tyde på at hun ikke ser en grunn god nok til å sende en sak i *Supernytt* hvis denne nyhetsknaggen eller aktualiteten faller bort. I dette ekstraktet kan det tyde på at vaksjefen posisjonerer barnet som *human beings* i sine uttalelser om dette temaet. Dette fordi hun tydeliggjør at *Supernytt* er et nyhetsprogram og tar barnet på alvor ved å forsøke å

opprettholde nyhetskriteriene. Nyhetskriteriene er nødvendig å følge for at programmet skal ha status som et nyhetsprogram.

Redaksjonssjef: Selv om vi også følger de vanlige nyhetskriteriene. En del av nyhetskriteriene er jo det at det skal være noe ekstraordinært for eksempel. Noe spennende, eller ja, det er også en del av nyhetskriteriene. Vi er mer på både noe som er relevant, som dekker som mange kan kjenne seg igjen i, i målgruppen, men også noe de ikke visste at de trengte å vite noe om. For eksempel hvordan er historikken til flyselskapet SAS, hvorfor er det mange som mister jobben der nå. Det er ikke sikkert ungene tenkte den dagen; den nyheten der den må jeg vite mer om. Men når de får den og forstår litt mer av det så kan det hende de tenkte at det var utrolig kult. Visste ikke at det var sånn.

I dette intervjuetraktet snakker redaksjonssjefen også om nyhetskriterier. Det berører ulike elementer i forhold til dette undertemaet. Hun sier Supernytt følger nyhetskriteriene ved for eksempel at en sak skal ha noe ekstraordinært ved seg, samtidig som hun vektlegger målgruppefokus. Sakene de sender skal altså være relevante for målgruppen og de skal kunne kjenne seg igjen i de. Noe hun i tillegg trekker frem her er at de også i Supernytt gjerne vil lage saker som seerne ikke alltid forventer eller ønsker å få presentert. []...” men også noe de ikke visste at de trengte å vite noe om”. Dette utsagnet kan tyde på at Supernytt ønsker å drive med en form for folkeopplysning. I flere av disse ekstraktene kan noen av utsagnene indikere at Supernytt til en viss grad mener de skal drive folkeopplysning i enkelte tilfeller. En oppfatning av dette kan være at redaksjonsmedlemmene posisjonerer barnet som *human beings* ved ønske om å gi dem informasjon. På den andre siden innebærer det å posisjonere barnet som *human becomings* et syn på barnet som et uferdig individ som skal bli formet til et voksent menneske. Folkeopplysning myntet mot barnet kan muligens tolkes i denne retningen, der opplysning skal bidra til en ”riktig” forming av barnet.

5.1.2 Sendingens struktur som uttrykk for synet på barnet og barndom

I dette kapittelet skal jeg se på hvordan redaksjonen trekker inn ulike diskurser om barnet som TV-seer i sine svar om sendingens struktur og innhold av saker i forskjellige kategorier. Oppbyggingen av en nyhetssending i voksennyhetene settes sammen av vaktssjef med produsent og programleder og er en viktig del av arbeidet med å lage en sending (Sand & Helland 1998). ”Man snakker om å komponere en sending. Nyhetene skal fungere som program, i tillegg til å ivareta nyhetsfunksjonen” (Sand & Helland 1998 s. 29). Sand og Helland (1998) beskriver en vanlig struktur i sendingene til forholdsvis Dagsrevyen og TV-2

nyhetene. De mener at strukturen er oversiktlig og er nokså lik i de to kanalene. De mest dramatiske nyhetene sendes først. Senere kommer de litt mer ”myke” sakene. Sportsnyhetene (med mindre det sendes egne sportsrevyer) og kultur sendes ofte til slutt. Avslutningen i for eksempel dagsrevyen og TV2-nyhetene er særlig interessant å se nærmere på i forhold til Supernytts oppbygning. Redaksjonene lager ofte saker som er enten en kuriositet eller en morsomhet. Redaksjonell leder i TV2-nyhetene forklarer at en god sluttsak skal være en sak seerne husker godt etter sending og at den ofte inneholder dyr. (Sand & Helland 1998)

Redaksjonssjef: Men vi skal... vi har jo på en måte slik at 70% prosent skal være nyhetsstoff. Det er noe som skal være men nyhet eller en aktualitet og så kan resten være saker som er relevant for barn. Vi skal jo både speile det daglige nyhetsbildet av saker vi mener barna bør vite noe om, men også det som handler om barns oppvekst, som handler om hva barn bryr seg om, hva barn er opptatt av, vise hva slags virkelighet de lever i da. Og det er jo også overbyggende i hele kanalen, at vi skal speile barns liv i Norge, og da er det også viktig at vi har saker som ikke nødvendigvis er en typisk nyhet, men som er veldig relevant for målgruppen vår.

Det sier seg selv at det er veldig mye av det daglige nyhetsbildet som du får der ute som vi ikke har plass til i vår lille sending hver dag. Men vi skal allikevel prøve å speile noe. Det skal være en dagsaktualitetstype. Det ønsker vi jo. Eller en nyhet eller noe som er aktuelt i nyhetsbildet. Som har pågått i flere dager. Og så vil vi både ha noe innenriks og noe utenriks. Gjerne noe stoff som, ja sport er det ikke så mye om, men hvis det er noe som er relevant så kan vi ta med det eller noe kultur, noe som er underholdene. Så det er hele tiden denne mixen vi prøver å oppnå, sånn at det ikke bare er sendinger med død og elendighet og katastrofer. For det kunne vi jo hatt. For det er jo så mye fælt som skjer i verden hele tiden. Så vi kunne fort laget 8.30 med krig.

Det er flere poeng som er interessante å kommentere i dette intervju- ekstraktet. For det første ut ifra hva redaksjonssjefen sier i første avsnitt i dette ekstraktet, mener jeg det er tydelig at Supernytt har satt krav til at sendingen skal inneholde mest nyhetssaker. Redaksjonssjefen sier: ”Men vi skal, vi har jo på en måte slik at 70% prosent skal være nyhetsstoff”. 70% av alle sakene som sendes er en nokså stor andel. *Supernytt* er et nyhetsprogram og jeg har fått inntrykk av at dets hovedoppgave er å gi barn ærlig og riktig informasjon. Redaksjonen tydeliggjør i intervjuene at de ikke er et magasinprogram eller annet type barne-TVshow. Det andre som jeg vil kommentere i dette ekstraktet er at redaksjonssjefen sier de prøver å ha en mix i sendingene. Det innebærer at det ikke bare skal være tunge og harde saker. Underholdningsstoff og kultur som da er saker av ”lettere” grad skal også ha plass i sendingene. ”Og det er jo også overbyggende i hele kanalen, at vi skal speile barns liv i Norge, og da er det også viktig at vi har saker som ikke nødvendigvis er en typisk nyhet, men som er veldig relevant for målgruppen vår”. Her kan det tyde på at redaksjonssjefen mener de kan presentere noen saker som ikke er en aktualitet, men at de må være relevante for

målgruppen og at sendingene skal ha en overvekt av nyheter. Noen av sakene kan godt være mer opplysningspreget og ikke være en aktualitet i seg selv, men for at barn skal få nyheter formidlet på en aldersadekvat måte. De litt lettere sakene skal altså være relevante for målgruppen og det kan tyde på at *Supernytt* ønsker at disse sakene skal være med på å sette barns verden i fokus. ”Vi skal jo både speile det daglige nyhetsbildet av saker vi mener barna bør vite noe om, men også det som handler om barns oppvekst, som handler om hva barn bryr seg om, hva barn er opptatt av, vise hva slags virkelighet de lever i da”. I dette sitatet sier redaksjonssjefen at *Supernytt* skal speile det øvrige nyhetsbildet. De sakene som plukkes ut fra det øvrige nyhetsbildet for å presentere seerne, er imidlertid de sakene som redaksjonen mener er viktige å fortelle målgruppen om.

Neste utdrag handler også om strukturen i *Supernytts* sendinger.

Redaksjonssjef: Vi har litt sånn: tung, lett, lett. Det skal være en god mix i hver eneste sending og det påvirker jo også hvilke saker vi velger og det diskuterer vi også. Og noen ganger så tenker jeg; nei nå synes jeg det ble for lett. Vi kan godt ha mer tyngde inn. Vi vet jo at barna tåler det, så lenge vi gjør det skikkelig og grundig og velgjennomarbeidet, men vi har ikke noen tanke om at vi skal gi ungene en sukkerpille på slutten for at de skal få en premie for at de har gidde å følge med, for det gjør de allikevel. De vil ha det! Men det er godt å ha noen ”hvilenyheter”. Noe som er gøy eller opplevelse, eller noe som er overraskende.

Her nevner redaksjonssjefen viktigheten av en god mix i sendingene. I tillegg til dette sier hun at *Supernytt* ikke ønsker å gi seerne ”en sukkerpille på slutten for at de skal få en premie”. Sakene skal være så godt laget og spennende at barna uansett vil følge med. Nyhetene skal i seg selv være nok for å holde på seerne. Allikevel har de ofte med såkalte ”hvilenyheter” i sendingene. Dette kan tyde på at redaksjonssjefen mener at barn trenger noe positivt og underholdene for å få en god opplevelse. Det kan tolkes slik at ved å se et behov for myke ”hvilenyheter” gir det et uttrykk for at barn kanskje ikke er helt i stand til å takle kun tunge og harde nyheter i en hel sending. Imidlertid har voksennyhetene ofte samme struktur i sendingene. Myke underholdningsnyheter inngår i blant annet dagsrevyen og sendes ofte på slutten av en sending. Betyr dette at *Supernytt* kun speiler den vanlig nyhetssendingsstrukturen og at det ikke nødvendigvis har grunnlag i synet på barnet?

Strukturen i *Supernytts* sendinger vises å være forholdsvis lik nyhetssending for voksne. Ved at *Supernytts* redaksjonsmedlemmer påpeker viktigheten av å opprettholde en god struktur og ha en mix i sendingene på lik linje som i voksennyhetene, kan det tolkes slik at de trekker på en diskurs om barnet som *human beings*.

Redaksjonssjef: Mange av de nyhetene vi presenterer er skremmende, og vi kan ikke gi en rosenrød virkelighet til barna, de fortjener den beste voksenversjonen de kan få fra oss. Og det er derfor vi er voksne som jobber med Supernytt og vi er nyhetsjournalister og vi har erfaring , vi er gode på formidling.

Det jeg vil fokusere på i dette sitatet av redaksjonssjefen er tanken rundt hvem som kan gi en god og riktig formidling av nyhetene. Gjennom en begrunnelse om formidling handler det i dette avsnittet om barnets rolle implisitt. Redaksjonssjefen uttaler at *Supernytts* mål er å lage den beste voksenversjonen til barn og barn har ikke kompetanse til å være med å lage dette. Derfor har *Supernytt* valgt å bruke kun voksne som reportere og programledere. Det har tidligere vært prøvd å bruke barn som journalister og nyhetsopplesere i NRKs nyhetsprogram for barn kalt ”Nettopp”. Dette er tydelig et bevisst valg av NRK å ikke gjøre i *Supernytt*. Dette kan tyde på at redaksjonssjefen mener at barn altså ikke kan ha rollen som journalist i et slikt program. Her kan man tolke det slik at redaksjonssjefen trekker på en diskurs om barnet som sårbart og umodent og ved at hun sier det ikke kan innta en rolle som journalist eller programskaper.

5.1.3 Valg av saker til nett som uttrykk for synet på barnet

Som vi tidligere har sett i kapittel 1 har *Supernytt* egne nettsider som er mye besøkt av seerne. *Supernytt* har også en permanent fane liggende på hovedsiden til NRK-Super. Jevnlig legges det ut nyhetssaker knyttet til dagens TV-sending på nettsidene og jeg skal se nærmere på hva som kjennetegner en slik sak. Ved å analysere hvordan sentrale personer i nyhetsredaksjonen snakker om hvilke saker som skal bli plukket ut til å utbroderes på nett, mener jeg å kunne si noe om et underliggende syn på barnet implisitt. Dette første utdraget fra intervjuet med nettansvarlig forteller hun hva som kjennetegner en nettsak.

Nettansvarlig: Det som kjennetegner den saken er jo at barna skal gjenkjenne den, i den form at de har sett den på supernytt fra før. Vi er enige om at våre nettsider skal bygge opp under TV-sendingene våre, men det skal være «noge attåt», Det skal være noe ekstra. Og det er jo det som er så fantastisk med nett at der kan du bygge opp saker både med lyd, bilde og tekst i tillegg.

Så en av de største utfordringene til journalistene i supernytt er jo ofte at de føler at de må «kill many darlings», det er så mye som de ikke får med- og DET kan jeg få med på nett.

Disse intervju-ekstraktene viser ulike ting. Nettansvarlig forteller at en sak som får plass på nettsidene til Supernytt skal kunne kjennes igjen fra TV-sendingene. Saken kan gjerne

utbrodere tema eller gå dypere inn i en problematikk. Nettsidene skal altså gi ekstra informasjon til seerne. I det andre avsnittet forteller hun at det ofte oppstår situasjoner der redaksjonen føler at det er mye informasjon de ikke får med i sendingene på TV. Det kan tolkes slik at redaksjonen mener at TV-sendingene ofte kommer til kort når det gjelder grundig forklaring av en sak og at slik skal altså nettsidene være et verktøy for å fylle det hullet som skaper den mangelen.

Nettansvarlig: Også er det jo helt tydelig at barn er veldig glad i ekstrastoff, så når for eksempel: vi gjorde et intervju som er et ganske godt eksempel som er et intervju vi hadde med Henrik P. Syse som vi hadde om ideologi. Hvor vi fikk med bare bruddstykker av intervjuet med P. Syse i TV-saken, også kunne vi legge ut intervjuet i sin helhet på nettsidene våre. Det responderte de kjempegodt på.

I dette intervjuetraktet uttrykker nettansvarlig at hun opplever at barn er glad i ekstra nyhetsstoff. Hun gir et eksempel på et intervju *Supernytt* hadde med filosof og fredsforsker Henrik P. Syse. I TV-sendingene fikk de bare med deler av intervjuet. Imidlertid kunne de gi seerne hele intervjuet gjennom nettsidene. Nettansvarlig sier også i dette ekstraktet at seerne responderte positivt på dette.

Nettansvarlig: Nei, vet du hva der er jeg veldig bevisst. Jeg er like bevisst der som de er i tv-sendingen. Det skal gjerne være en aktualitet, det bør være noe som sier noe om den store verden. Bygge opp under dette med syntese. Forklare gammelt og nytt og sette det sammen på en måte, så man ser et helhetsbilde i en sak. Og så tenker jeg veldig ofte at noe skal være litt lettere, noe skal være litt gøy, vi skal kunne se litt humor i det. Det kan være curiose saker. For eksempel hadde jeg en sak om verdens lengste sjokoladetog. Men jeg kan ikke ha for mye av det, og det er Redaksjonssjefen også veldig oppsatt på, som min redaktør. – for mye av dyr. Det skal ikke være for mye av dyr, for barn eller ungdom og også vi voksne elsker jo dyr, vi synes det er kjempegøy med dyrehistorier. Vi la ut en sånn kurios sak om verdens første tigerløve, hvor en tiger og en løve hadde fått en baby. Ja, ikke sant. De sakene er jo helt, da går de helt i taket. Det har vi tusenvis av klikk på. Men vi kan ikke bare være det, for jeg mener at vi også har et pedagogisk oppdrag i å forklare de tyngre sakene også.

Dette intervjuetraktet viser en rekke ulike ting. Nettansvarlig forklarer at hvilke saker som blir plukket ut for å utbroderes på nett er nøye vurdert. På lik linje som TV-sendingene skal sakene på nett være en aktualitet, samt være noe som kan fortelle barna noe om den verden de lever i. Hun sier også i dette ekstraktet at nettet skal gjøre det mulig å gi et helhetsbilde av en sak ved å kunne forklare med både ny og gammel informasjon. Imidlertid sier hun at noen av sakene på nett kan være lette og bære preg av en underholdningsnyhet. Hun erfarer at seerne selv er interessert i lette saker som for eksempel handler om dyr og derfor lager hun en del slike saker. Hun påpeker at det allikevel ikke skal være en overvekt av dette. ”men vi kan

ikke bare være det, for jeg mener at vi også har et pedagogisk oppdrag i å forklare de tyngre sakene også” Dette kan tyde på at nettansvarlig mener at en av de viktigste oppgavene *Supernytt* har, er å forklare de tyngre sakene for barn. Muligheten til å utbrodere og forklare de tunge sakene enda grundigere på nett ønsker de derfor å ta i bruk. Her kan det tolkes slik at nettansvarlig trekker på en diskurs om barnet som kompetent og sårbart. Sakene som legges ut på nett skal ikke bare bestå av lette underholdningsnyheter, men også de tunge sakene som er utfordrende å formidle på en skånsom måte.

Nettansvarlig: Så det jeg gjorde i den nettsaken da, var å «embedde» den filmen om konflikten i Kongo, sånn: dette er konflikten, her kan du gå inn å se mer om hva konflikten dreier seg om. Og så lagde jeg en tilleggs-historie. Det er det som er kjempegøy med nettet. Om han Rasmussen som driver et barnehjem der nede og om at han var kjempebekymret og ville reise ned. Og i dag kl. 12 så popper det opp en sak som heter: «han rakk frem i tide», på nettet. Ikke sant for det identifiserer .. da rives de helt med, også klarer de å ta det mer inn over seg, de klarer å absorbere stoffet på en annen måte, det er for eksempel.. å knagge det kaller vi det i journalistikken.

I dette ekstraktet viser nettansvarlig hvordan de utbroderer en sak og hvorfor de ønsker å gjøre det. På nettet la de ut videoen som tidligere ble sendt i TV-sendingen slik at seerne kunne se den flere ganger om ønskelig. I tillegg til dette forteller nettansvarlig at hun lagde en tilleggssak på nettsidene hvor det handler om et spesielt case knyttet til denne spesifikke konflikten. I dette eksemplet knytter nettansvarlig muligheten til å utbrodere saker på nett til identifisering. Ved å bruke et case i den ekstra nettsaken sier hun barn lettere identifiserer seg med de menneskene som opplever denne konflikten.

5.2 Barn som intervjuobjekt og case

Dette delkapittelet tar for seg bruk av barn som intervjuobjekt i nyhetssakene. Ved å analysere hvilke diskurser om barnet sentrale personer i nyhetsredaksjonen trekker inn i deres refleksjoner om barns forskjellige roller som intervjuobjekt, mener jeg å kunne analysere den posisjonen barn blir gitt i denne spesifikke rollen i nyhetsprogrammene. *Supernytt* bruker ofte barn som intervjuobjekter i nyhetssakene som lages. Fra januar til og med juni 2012, hadde ca. 7 av 10 saker (68 prosent) barn som intervjuobjekter. Fra august til og med desember 2012 var barn representert som intervjuobjekter i ca. 7 av 10 saker (71 prosent). Dette representerer en liten stigning. Fra januar til og med mai 2013 var ca. 8 av 10 saker (77

prosent) representert av barn. Disse tallene viser et nokså høyt og stabilt bruk av barn som intervjuobjekter i sendingene (Kirsti Lillehagen, epost, 03 mai 2013).

Å bruke barn som intervjuobjekter i nyhetssakene i *Supernytt* er et bevisst valg. Imidlertid bringer dette med seg noen utfordringer. I analysen vil jeg legge vekt på barns rolle som meningsyttere, personifisering gjennom å følge et barn i en sak, og problematikken som kan oppstå i tilknytning til dette.

5.2.1 Barn som meningsyttere

I øvrige nyhetsprogrammer er barn svært sjelden representert som intervjuobjekter. På oppdrag for Aftenposten gjennomgikk analysebyrået *Retriver*, en rekke aviser i Norge for å undersøke blant annet hvordan barn blir omtalt i media og hvor mye de blir brukt som kilder. Det viste seg at i all medieomtale av barn kommer barn til orde kun 4,3 prosent. Innen kultursektoren får barn komme til orde i 10 prosent av stoffet som omhandler dem. I utenriksnyhetene under 2 prosent og innenriks under 5 prosent (Aftenposten, 24.04.2012). I Nyhetene på TV, blant annet Dagsrevyen intervjuer journalistene kun voksne i forbindelse med de fleste saker. Dette gjelder også ofte saker som direkte handler om eller involverer barn. Dette første utdraget fra intervjuet med redaksjonssjefen dreier seg om barnets rolle som meningsyttere i form av intervjuobjekter i nyhetsprogram og hvilket syn på barnet dette symboliserer. Redaksjonenes oppfatning av barns egen oppfatning av å stå i denne/disse rollene er også relevant.

Redaksjonssjef: Vi tenker jo at så lenge barn kan uttale seg om noe av det vi snakker om så intervjuer vi barn. Vi lar barnet være hovedpersonen i veldig mange saker og grunnen til at vi gjør det er jo ikke tilfeldig. Og det er jo fordi barn som ser på nyheter og alle som ser på nyheter vet jo at de som snakker på nyhetene er viktige. Ergo de som snakker på Supernytt er viktige. Og da må de også være barn. Fordi at vi snakker om så mye som angår barna.

Første setning i dette intervjuetraktatet indikerer *Supernytt* sin grunnleggende holdning: så lenge barn kan uttale seg om noe de er opptatt av i *Supernytt*, så intervjuer de barn. Dette ekstraktet kan tyde på at redaksjonssjefen mener det er viktig å bruke barn som intervjuobjekter i sakene og å la barn være hovedpersoner i programmet. Jeg oppfatter det slik at hun sier dette med bakgrunn i å hevde at alle som ser på nyheter vet at mennesker som uttaler seg på nyhetene er viktige. De voksne er ofte de som snakker på nyhetene og det får barn som regel med seg. ”Og det er jo fordi barn som ser på nyheter og alle som ser på nyheter vet jo at de som snakker på nyhetene er viktige”. Dette utsagnet kan tyde på at

redaksjonssjefen mener at gjennom å se på nyheter, vil barn få inntrykk av at intervjuobjektene innehar betydningsfull kunnskap eller informasjon og at seerne oppfatter at disse intervjuobjektene er betydningsfulle. Da *Supernytt* er et nyhetsprogram kan det tenkes at de som ser på *Supernytt* oppfatter at de som snakker på *Supernytt* er ”viktige”. Barn er og skal være betydningsfulle/viktige og skal derfor få lov til å uttale seg om saker på *Supernytt*. Ved å gi barn en rolle som vanligvis er fylt av en voksen gir man en status til barnet som viktig. Barnet har sjelden en slik rolle i media og ved å gi et barn tillit og betydning viser det at *Supernytt* tar barn på alvor og vil lytte til hva de har å si. Barna gis tillit til å stå i roller og løse oppgaver som en tidligere mente kun voksne taklet.

I tillegg til å gi en økt status ved å plassere barn i denne rollen, så finnes det mange eksempler på at redaksjonsmedlemmer mener at barn må uttale seg særlig i saker som angår dem. Her dreier det seg ikke om at de får betydning som intervjuobjekter som er viktige i seg selv, men at de blir berørt som mennesker av de sakene nyheten fremstiller. Neste utdrag handler også om barns rolle som intervjuobjekter. Her eksemplifiserer redaksjonssjefen dette undertemaet.

Redaksjonssjef: Vi prøver virkelig å sette barna i fokus, det er de som er våre hovedpersoner, de står ikke på sidelinjen mens en voksen svarer når det handler om dem. Jeg blir så fortvilet når det er såne saker i dagsrevyen eller på distriktskontorene. De voksne snakker om ting som barna skulle ha svart på. Hvordan er det å spille på denne gressmatta? Og så er det ungene som spiller på denne gressmatta bak som ikke får komme til ordet. Vi vil snakke med de barna på fotballbanen som vet hvordan det er å spille på den gressmatta, i stedet for en voksen på sidelinjen som utaler seg om noe som de ikke vet noe om. For det er jo egentlig barna de skal snakke med. Vi ser jo ofte det i voksennyhetene at de lager saker som egentlig handler om barn, men de spør bare treneren eller noen voksne. Og har så vidt snakket med ungene som det er faktisk de det angår og gjelder.

I dette utdraget utdyper redaksjonssjefen ytterligere viktigheten av å gi barn en viktig rolle i sendingene. Hun sier at barna skal være i fokus og at de skal være hovedpersonene i *Supernytt*. Hun sier at det er barna som er målgruppen og de skal være i fokus. Her vektlegges barnet som ytringsmener i nyhetene. I motsetning til dagsrevyen hvor voksne blir intervjuet om barns anliggende, er det nettopp barna som skal få uttale seg i *Supernytt*. Dette handler om at barnets stemme skal bli hørt ikke bare på barne-TV, men også i nyhetene generelt. Redaksjonssjefen problematiserer tendensen i voksennyhetene der det lages flere saker som handler om barn hvor kun voksne får uttale seg. I dette utdraget handler det i hovedsak om de sakene som angår barn mer enn voksne, der voksne ofte snakker på vegne av

barna. Dette utdraget kan tyde på at *Supernytt* ser på det som sin oppgave å rette på det skjeve bildet som Dagsrevyen gir.

I disse to ekstraktene som jeg her har vist konstrueres en oppfatning av barn.

Redaksjonssjefen trekker inn en diskurs om barnet i samtalen om barnets rolle som intervjuobjekt. Her kan en identifisere en posisjonering av barnet som *human beings*, snarere enn *human becomings*. Dette antar jeg ved at hun legger vekt på barnets rolle som meningsytrer og viktigheten av å bli hørt, uttrykkes et syn på barnet som kompetent og som aktør med en egenverdi i seg selv. Som vist i min diskusjon i kapittel 3.1 blir i synet på barnet som *human beings* posisjonert som et sosialt, kompetent, aktivt, handlende og tolkende individ. Dette mener jeg å knyttes tett til Supernyttredaksjonenes uttalelser i disse intervju ekstraktene. Å ta barn på alvor og å gi dem en plass i nyhetssendinger kan tyde på at supernyttredaksjonen har et syn på barn som *human beings*.

5.2.2 Personifisering (å følge et barn i en sak –identifisering)

Å bruke mennesker som case i nyheter er vanlig i alle nyhetsprogrammer. ”Personfokusering i nyhetene er så framtrædende at den må forstås som et grunnleggende trekk ved alt nyhetsarbeid. Det er svært sjelden at nyheter omhandler rene saksforhold. Det vanlige er at personer på en eller annen måte opptrer i en nyhet” (Østlyngen & Øvrebø, 1998 p. 110). Dette gjøres for at seerne skal kunne identifisere seg med personer som kan representere en sak. ”Nyheter som handler om mennesker vil uansett gi leserne en sterk identifikasjon” (Østlyngen & Øvrebø, 1998 p. 105) Å presentere en sak gjennom en person som kunne ha vært den gjennomsnittlige seer gir seerne en nærhet til saken. Dette gjøres ofte i nyhetssendinger, blant annet i Dagsrevyen. I det neste intervjuetraktet kommenterer vaksjef bruk av case og personifisering som et virkemiddel i nyhetssendingene både i voksennyhetene og i *Supernytt*.

Vaksjef: ”det skaper ofte en nærhet når man har et case. Det gjelder jo egentlig om det gjelder aviser eller tv eller voksen eller barnenyheter. Det at man presenterer en person som kunne ha vært deg på en måte, det gjør at man setter seg lettere inn i saken så ja, det er viktig”.

Det er flere poeng som er interessante å kommentere i dette utdraget. En av dem kan være en indikasjon på hvordan medarbeidere i *Supernytt* reflekterer om det å bruke mennesker som case i en sak. Slik vaksjefen reflekterer rundt dette kan det tolkes at hun mener at seerne

lettere kan sette seg inn i en sak hvis den personen som blir presentert på TV kunne ha vært en selv. Ved at *Supernytt* uttrykker at de har en oppgave om å få barn til å forstå hva som foregår i verden, og å forklare hendelser og fenomener på en god og forståelig måte, er det følgelig viktig at barna klarer å sette seg inn i saken og forstå hva den dreier seg om. Et virkemiddel en da kan bruke er personifisering gjennom et case.

Videre gir nettansvarlig et eksempel på en sak hvor de vurderer viktigheten å bruke personifisering og hvordan det skal gjøres.

Nettansvarlig: Der hadde vi lagd en kjempegod sak om konflikten i Kongo, hvor vi forklarte om m23-opprørerne og om at det igjen var opprør og urolig, og at konflikten hadde vart i mange, mange år. Ok, så kan man tenke: hvor i dette bildet kan barna identifisere seg med det som skjer der nede? Hva er det de identifiserer seg med? Jo det er andre barn.

Ut fra hva nettansvarlig sier i dette utdraget kan det tyde på at hun mener at barn identifiserer seg med andre barn, ikke voksne i samme grad og det kan forklare hvorfor det er viktig å bruke barn som case i de fleste sakene. Kanskje særlig i utenrikssaker der personene og hendelsene er fjernt i avstand. I utdragene fra intervjuene med supernyttredaksjonene vises det at personifisering blir mye brukt i *Supernytt* og en kan si at det avspeiler voksennyhetene.

Redaksjonssjef: Det er derfor vi intervjuer syriske barn for eksempel, i stedet for bare voksne. Barn skal kunne identifisere seg med de barna de ser.

Det må være bra TV, mener jo jeg da, for at ungene skal kunne følge med og være interessert og ha lyst til å se på, så vil de se ekte mennesker som gjør noe. De vil være med i skatehallen og vil være med når hun med diabetes type 1 skal sette sprøyte i fingeren. Altså vi vil være tilstede og vi vil være med på det.

I disse ekstraktene eksemplifiserer redaksjonssjefen saker der hun mener det er viktig å intervjuer eller vise et barns opplevelse av en situasjon eller hendelse, for å oppnå identifisering hos seeren. Det første eksempelet viser en "tung" sak som berører Syriske barn. Redaksjonssjefen uttaler at i dette tilfellet ønsker *Supernytt* å snakke med Syriske barn om deres situasjon i forhold til saken og ikke bare høre de voksnes perspektiv. Slik kan det tyde på at redaksjonen forsøker å få til at gjennom barnas opplevelse og tanker rundt deres situasjon vil det gjøre saken "nærmere" og mer forståelig for *Supernytts* seere. I det andre utdraget trekker hun frem eksempler på lettere saker med hendelser som handler om barn i Norge. []... "og vil være med når hun med diabetes type 1 skal sette sprøyte i fingeren. Altså vi vil være tilstede og vi vil være med på det". Her kan det antas at redaksjonssjefen mener at

hvis barn skal kunne lære mer om for eksempel diabetes, med verdens diabetesdag som nyhetsknagg, er det viktig å kunne følge et barn som har denne diagnosen. Slik kan seerne høre om akkurat denne jentas opplevelse av å leve med diabetes, samt se noen av utfordringene hun må igjennom og situasjoner hun kommer opp i som følge av denne diagnosen. Det kan tolkes slik at *Supernytt* ser viktigheten i å illustrere dette gjennom et case og ved at denne jenta er et barn vil det være lettere for seerne å sette seg inn i saken.

Redaksjonssjef: Barn skal kunne identifisere seg med de barna de ser. Da er det jo kjempeviktig at vi også intervjuer ca. like mange gutter og jenter, som vi er opptatt av. I Voksennyhetene så er det mest menn som blir intervjuet og som synes på TV. Sånn skal vi ikke ha det hos oss. Samfunnet består av like mange jenter og gutter, kvinner og menn, og det skal vi være veldig klare på at vi speiler.

For å kunne nå så mange som mulig av målgruppen på den måten at de kan identifisere seg med barna de ser på *Supernytt*, sier redaksjonssjefen at det er viktig å intervjuer like mange gutter og jenter i sendingene. Når det er både jenter og gutter som ser programmet hver dag, er det da nødvendig å ha representanter fra begge gruppene.

Det som kommer frem av intervjuetraktene kan tolkes slik at barnet her, på lik linje som tema ovenfor, blir posisjonert som *human beings* og selvstendige aktører med egenverdi. Vektlegging av målgruppefokus og behovet for barn som case indikerer at barn er en helt egen type "being" og er en egen gruppe i samfunnet. Case som fortellergrep i nyheter er vanlig i *Supernytt*. Dette er en måte å løfte fram barns posisjon i nyhetssaker, men er annerledes enn den måten barn blir løftet frem på ovenfor.

De ulike måtene redaksjonen viser at de tar barn på alvor, som kilder og case, er en måte å ta barn på alvor å gjøre de til sentrale aktører i en nyhetssending (Da personifisering gjennom case er meget vanlig i dagsrevyen kan det tyde på at *Supernytt* rett og slett speiler voksennyhetene.)

5.2.3 Problematiske balanse i forholdet mellom voksen og barn som meningsytter

I avsnitt 5.2.1 og 5.2.2 så jeg nærmere på intervjuobjektens refleksjoner rundt det å bruke barn som intervjuobjekter i nyhetssaker. Som meningsbærende og som case er barnet i fokus, og barnet blir tillagt spesielle roller. Å bruke barn som meningsyttere og som case er noe *Supernytt* gjør bevisst, og de er tydelige på at barnet skal være i fokus gjennom å få en status

som meningsbærende. I tillegg skal bruk av case gjøre det lettere for seerne å sette seg inn i en sak gjennom å identifisere seg med barna som blir presentert som case. Å ta barn på alvor og å gi dem en plass i nyhetssendinger kan tyde på at supernyttredaksjonen har et syn på barn som *human beings*. Det gir også uttrykk for et kompetent barn presentert i sendingene.

Imidlertid medfører det å gi barn slike meningsbærende roller noen spenninger. I enkelte saker og situasjoner vil barnet kunne bli plassert i en vanskelig posisjon da de kanskje ikke har kompetanse og forutsetninger til å være meningsbærende. I dette delkapittelet skal jeg se nærmere på denne problematikken. Det jeg legger vekt på i dette intervjuetraktatet er den problematiske balansen barn som intervjuobjekter kan havne i.

Vaktsjefen snakker i neste avsnitt om barns rett til ytringsfrihet. Hun sier de har rett til å ytre seg og å mene noe om blant annet det som skjer i samfunnet, om sin egen hverdag, hvordan verdens styres og om urettferdighet. Dette bringer med seg en del utfordringer og dette blir forklart inngående i følgende intervjuetraktat.

Vaktsjef: []...Og vi kan jo merke at i spesielle saker så er det jo helt umulig å sette et barn opp mot en voksen hvis det handler om noen meninger. For da vil jo barnet på en måte tape, fordi hun eller han ikke er ekspert eller har kompetansen. Så det prøver vi å være veldig balansert på at vi ikke setter to helt skjeve kilder helt mot hverandre da. Vi hadde en slik sak i forrige uke, huker ikke hva det var. Et eksempel: kanskje den dyrevelferdssaken om mink da. Vi hadde et intervju med en gutt som heter Johan som bor på en minkfarm og som selvfølgelig er opptatt av at dyrene på hans gård skal ha det bra. Det hadde vært veldig feil å sette en voksne minkmotstander, en SV-politiker for eksempel mot han. For da ville det vært så urettferdig. Og da lot vi han få lov å prate og være caset, sitt eget case i den saken. Så fikk vi heller stille ungdomspolitikere sammen i saken dagen etter”.

Dette intervju-ekstraktet viser en rekke ulike ting. Blant annet blir det sagt at barn skal få ytre seg og få si sin mening i *Supernytt*. ”og da lot vi han få lov å prate og være caset, sitt eget case i den saken”. Her kan vi anta at i denne situasjonen anså vaktsjefen det som viktigere å la barnet ytre sin mening og fortelle om sin opplevelse av dette, enn å la en voksen med meninger gjennom sin profesjon om det samme temaet uttale seg. Det trenger ikke nødvendigvis bare å være om saker som angår dem direkte. De skal få uttrykke sin mening om hva som skjer i verden. I kontroversielle saker vil det oppstå en ubalanse mellom to meningsytrende parter, hvis den ene kilden er et barn og den andre en voksen. Barnet har ikke alltid kompetanse til å være en selvstendig part i en konfliktsak og det ville bli to ikke likeverdige parter som belyser en sak. Dette sitatet av vaktsjefen viser hvordan redaksjonen er bevisste at noen saker og temaer kan forårsake situasjoner der nettopp denne ubalansen

kan oppstå: ”Og vi kan jo merke at i spesielle saker så er det jo helt umulig å sette et barn opp mot en voksen hvis det handler om noen meninger. For da vil jo barnet på en måte tape, fordi hun eller han ikke er ekspert eller har kompetansen”. Barnet har altså en annen status og bør ha en annen rolle enn voksne i slike situasjoner. Følgende utdrag fra intervjuet med vakt sjefen berører også dette temaet.

Vakt sjef: Til en viss grad er vi opptatt av barn som eksperter, men så er vi veldig opptatt av at det skal være rettferdig,.. at ikke et barn blir stående å være uenig mot en voksen. For det blir veldig urettferdig. Så i saker hvor det er mye opplevelse og det er deres versjon av saken, så bruker vi veldig ofte barn. Men i saker hvor det er en debatt og den ene parten er voksen så vil vi da at den andre skal være voksen eller balansere det på en eller annen måte.

Også i dette utdraget vises det hvordan redaksjonen er bevisst den ubalansen som finnes i maktrelasjonen mellom barn og voksne. Samtidig kan deler av dette ekstraktet tolkes slik at det kommer frem hvilke type saker som redaksjonen mener at det egner seg å bruke barn som intervjuobjekt eller case. Vakt sjefen sier de ikke ønsker å sette barn i posisjoner som kan være urettferdige. ”at ikke et barn blir stående å være uenig mot en voksen. For det blir veldig urettferdig”. Kan dette forklares ved at barnet ikke kan pålegges et ansvar for å stå for sine meninger? I en debatt der den ene parten er voksen må motparten være en voksen. Det må være en balanse mellom de meningsytrende. I slike situasjoner har ikke og kan ikke barnet ha en likeverdig status som den voksne.

Vakt sjef: Men som for eksempel i den saken som vi diskuterte i dag som gjelder at politiet ønsker å bære våpen i tjeneste. Da er det ikke naturlig å ha en unge i den saken, fordi det er ikke dem det er snakk om. Da trenger vi ikke det. og det blir litt rart om en unge skal mene om politiet skal ha våpen eller ikke. Det er så stort og alvorlig tema.

Så vi er veldig glad i ha unge eller barn som kan snakke, men når det gjelder veldig ekspertuttalelser og litt sånne kontroversielle temaer så vil vi ha voksne, unge voksne.

Dette utsagnet kan tyde på at vakt sjefen mener at det finnes noen slike saker hvor barn ikke har forutsetninger eller kompetanse til å kunne ytre sin mening, men som allikevel må dekkes. Når de skal lage saker om kontroversielle temaer eller saker som trenger ekspertuttalelser, bruker de voksne som intervjuobjekter. Hun forklarer her i eksempelet over, at det vil bli rart om barn skulle mene noe om hvorvidt politiet skal bære våpen eller ikke. Det hun argumenterer med er at temaet er for alvorlig og stort. I saker som ikke angår barn direkte behøver nødvendigvis ikke barn å uttale seg.

Begrepene barnet som kompetent og sårbart kan antas å finnes i svarene redaksjonsmedlemmene gir i samtalen om dette temaet. Her kan vi tolke det som at redaksjonsmedlemmene trekker på en diskurs om barnet som både kompetent og sårbart i deres svar i intervjuene. Det at *Supernytt* ønsker barn som intervjuobjekter i de fleste tilfellene og uttrykker viktigheten av å la barn komme til ordet i media, indikerer et syn på barnet som kompetent. Imidlertid trekker de begrepet sårbart inn i denne sammenheng. Det at redaksjonsmedlemmene understreker barnets behov for beskyttelse mot å bli stilt i en urettferdige situasjon som kan oppstå ved å være intervjuobjekt, kan gi uttrykk for et syn på barnet som sårbart. Barnet har ikke kompetanse til å være en meningsytrende motpart til en voksen meningsytrende og barnet har heller ikke kompetanse til å ha en offisiell mening om alle saker som blir tatt opp i nyhetsprogrammet. Dette viser en vekselssituasjon der disse begrepene står mot hverandre med forholdsvis lik vekt. Barnet trenger voksen beskyttelse, men også anerkjennelse som et individ med egenverdi og kompetanse.

6 Analyse

6.1 Barnet som TV-seer

I dette analysekapittelet skal jeg se på hvordan redaksjonsmedlemmer snakker om barnet som TV-seer. Det som skiller denne delen fra første del er at denne delen tar for seg de områdene der redaksjonsmedlemmene trekker inn diskurser om barnet ved å reflekter rundt hva barnet kan tåle å se på tv og hvor mye det kan forstå av ”voksent stoff”. Barn har rett på informasjon og opplysning, samtidig som det har rett på beskyttelse mot blant annet skremmende informasjon. Barn skal få høre om hva som foregår ute i den store verden, samt få opplysninger om saker som angår dem. På den andre siden har barn rett på å bli skjermet for informasjon som kan være skremmende og uegnet for den alderen de er i. Disse rettighetene er nedskrevet i FN barnekonvensjon.

Som vi så i kapittel 2.1.2 står det implisitt i NRKs vedtekter (paragraf 15) at NRK skal følge denne konvensjonen. *Supernytt* sier de har en oppgave i å gi Norges barn god informasjon og samtidig beskyttelse mot skadelig informasjon. I denne delen av kapittel seks skal jeg se nærmere på hvordan denne balansen mellom å skremme og informere kommer til uttrykk i de utsagnene redaksjonsmedlemmene kom med i intervjuene. Redaksjonsmedlemmene problematiserer også denne balansegangen ved at det ligger en utfordring i å ikke bare gjøre stoffet mindre skremmende, men også forståelig. Imidlertid skal ikke stoffet forenkles i den grad at den sanne informasjonen forsvinner.

6.1.1 Balansen mellom å informere og å skremme

Hvordan Supernyttredaksjonen skal få til balansen mellom å informere uten å skremme barn er blant annet tema i påfølgende intervjuetrakt fra redaksjonssjefen. Hun forklarer det slik:

Men når det gjelder Sigrid-saken eller bortføringssakene så må vi passe på, det er jo denne balansekunsten da. Vi skal ikke skremme unger unødig, men de skal samtidig vite at dette skjer.

Her sier redaksjonssjefen eksplisitt at de ikke skal skremme barn unødvendig, men at de skal vite hva som skjer i verden. Hun forklarer at i blant annet saker som handler om bortføring av barn er det ekstra viktig å opprettholde denne balansegangen.

Redaksjonssjef: Vi kan ikke skjerme barna fra den virkeligheten de lever i, for det er så mye grusomt som skjer der ute og de får det jo med seg om vi hadde eksistert eller ikke. Så det er jo det som er at vi kommer inn og prøver å forklare mer hva det er som skjer. Og da må vi jo ta i alle disse sakene som er skremmende, men vi tror veldig at så lenge vi klarer å formidle sakene skikkelig, med troverdig informasjon som er korrekt, så får jo barna... Vi vet jo at så lenge de får informasjon og kunnskap, så trenger ikke de å være redde.

Redaksjonssjefen sier i dette ekstraktet at vi ikke kan skjerme barn fra den virkeligheten vi lever i. De får det meste med seg uansett, gjennom andre nyhetsformidlere eller andre barn og voksne. Hun sier at det derfor er det nødvendig at *Supernytt* også dekker saker som kan være skremmende for barn. Dette kan tyde på at *Supernytt* ser på det slik at deres oppgave er å prøve å forklare og formidle disse sakene på en god måte for målgruppen. ”Vi vet jo at så lenge de får informasjon og kunnskap, så trenger ikke de å være redde”. Her han det antas at redaksjonssjefen mener at informasjon og kunnskap i seg selv kan hjelpe til å dempe frykt hos barn.

Redaksjonssjef: Bare se på Sigrid og Vågå- sakene. Helt ekstremt. Helt rått og det er jo klart at vi blir jo litt dratt med, men jeg tenker at hvis vi i *Supernytt* klarer å være litt edruelig, vi skal jo ikke hause opp. Det er ikke det som er vår jobb. Vi skal jo være mer på å dempe frykt, ved å gi saklig og grundig informasjon. Og gi barn kunnskap om hva dette handler om. Vi har en annen rolle i det. Vi skal jo ikke være den som får det første scoopet.

I dette intervjuetraktet hevder redaksjonssjefen at store nyhetssaker ofte blir voldsomt eksponert i øvrig media. Jeg tolker ut ifra dette utdraget at redaksjonssjefen snakker om dette som noe negativt når det gjelder barn. Hun sier *Supernytt* kan bli påvirket av det generelle mediekjøret, men at de jobber med å prøve å dempe dette i mange av de tunge sakene. Demping av frykt og å ikke ”hause” opp skremmende detaljer er viktig i saker som for eksempel Våga-saken og Sigrid-saken. Dette mener hun skal skje gjennom å gi grundig og saklig informasjon. På bakgrunn av dette tolker jeg at hun også her uttrykker den ideen om at god og grundig informasjon i seg selv kan være med å dempe frykt i en sak som i utgangspunktet er skremmende.

Vaktsjef: Men en ting vi laga en gang som egentlig var veldig ekkelt, men som vi valgte å lage allikevel fordi det er sånn det er. Men den kunne kanskje vært løst på en annen måte da, for det handler jo ofte om måten den er løst på. Det var om muslimske barn der de ser barne-

tv der de læres opp til å hate jøder. Det var en sak vi hadde en gang, som jeg tror vi ville ha løst veldig annerledes i dag. Fordi for å vise bildebevis på det, så måtte vi vise noen klipp fra barne-tv og det var egentlig ekkelt, det var skummelt.

Men var litt sånn; vi vil jo ikke sende dette vi. Skjønner du hva jeg mener? Det blir en sånn balansegang på det. Skal vi sende det eller skal vi ikke sende det. For hvis vi skal sende det, så må vi ha det med.

I disse ekstraktene snur jeg fokuset mot hvordan selve nyhetssakene løses. Vaksjefen snakker her om en sak de var usikre på hvordan de skulle lage og om den i det hele tatt skulle sendes. Grunnen til at de mente dette var en vanskelig sak, var at det eneste materialet de kunne billedlegge saken med var for skremmende. Her viser også vaksjefen til utfordringer i balansegangen mellom å gi informasjon og å ikke skremme. Denne aktuelle saken mente de var så viktig at de egentlig ikke kunne unnlate å dekke den, samtidig var det vanskelig å lage den slik at den ikke skapte frykt.

I ekstraktet over ble det altså presentert et eksempel på utfordringen som oppstår når redaksjonen vil dekke en sak som de mener er viktig å fortelle barn. Saken bør dekkes, samtidig som billedlegging og informasjon kan være vanskelig å formidle på en god og ”skånsom” måte for målgruppen, uten å fjerne nødvendig informasjon. Imidlertid hevder Redaksjonssjefen i ekstraktet under at de i flere slike saker har alternative løsninger til å sende de mest grusomme bilder eller detaljer.

Redaksjonssjef: Noe ungene sier eksplisitt hver gang er: vi vil ikke se blod, vi vil ikke se døde mennesker. Og det er noe vi har tatt med oss. Jeg kjenner det selv jeg, jeg synes ikke det er så hyggelig å se lemlested kropper på dagsrevyen eller blod..

Vi er veldig nøye på å luke ut og ikke vise slike bilder. Og de vil jo ikke se soldater som står og skyter på mennesker. Vi kan godt ha en som står og holder et gevær eller avfyrrer et skudd, men vi vil ikke se kampene. At mennesker faktisk bli drept, eller tennes på eller bombet i hjel. Og det kan jo hende at det er med på å skjerme dem litt. Men de sier de ikke trenger det og jeg tror ikke de trenger det for å forstå hva en sak handler om. Og det samme med alle de grusomme detaljene fra utøya. Det er helt bevisst fra oss at vi ikke har gått inn å fortalt hvordan noen av ungdommene ble skutt og drept, eller hvor mange ganger de ble skutt. Vi har fått det veldig brettet ut andre steder. Det kan hende noen barn kanskje har fått det med seg. Men vi velger da å ikke fokusere på det. Vi forteller jo hva som har skjedd, men vi forteller ikke at de ble skutt i hodet. Det tror jeg ikke ville føre noe godt med seg nødvendigvis for våre seere. Det er så mange andre vinkler vi kan ta.

Redaksjonssjefen sier de unngår å vise mye blod og vold. De kan gjerne vise bilder av at noen står og holder et gevær og avfyrrer et skudd, men de vil unngå å vise selve kampene eller at noen blir drept. Dette gjør de på bakgrunn av respons fra seerne. I sammenheng med

22.juli-saken valgte de bevisst å ikke fortelle seerne hvordan ungdommene på Utøya ble skutt og drept. Redaksjonssjefen hevder at *Supernytt* skal skåne barn fra de verste detaljene. Hun hevder imidlertid at noen barn kan ha fått med seg disse detaljene eller ha sett bildene andre steder, men gjennom å unngå å vise disse bildene eller formidle de verste detaljene velger de å ta fokuset bort fra dette for å skjerme barna så mye som mulig.

Redaksjonssjef: Men det betyr jo ikke at vi ikke forteller at mennesker er drept, er døde, det skjer elendighet i verden. Men trenger ikke å vise at mennesker hopper fra World trade Center eller det er levninger i ruinene etter et jordskjelv på Haiti.

Imidlertid påpeker hun at skjermingen ikke betyr at de unnlater å fortelle at mennesker er drept eller at det skjer elendighet i verden. Dette kan indikere at redaksjonen mener at behovet for å ikke vise grusomme bilder eller fortelle om detaljer i sendingene, ikke må komme i veien for å fortelle om det som skjer i verden.

Ved at redaksjonsmedlemmene vektlegger viktigheten av balansegangen mellom å informere problemstillinger knyttet til vanskelige saker som vold og overgrep, og beskytte barnet mot skremmende informasjon i sendingene indikerer det at de forsøker en balansegang som gjenspeiler det jeg tidligere i kapittel tre har diskutert som en diskurs rundt det sårbare eller kompetente. *Supernytt* sender saker som de mener kan være skremmende for barn og argumenterer med at barn trenger å vite hva som skjer i verden og at de har rett på opplysning. Dette kan tolkes slik at redaksjonsmedlemmene posisjonerer barnet som en kompetent mediebruker med rett til opplysning. Imidlertid vil *Supernytt* skåne barn fra de verste og mest skremmende detaljene i sakene de velger å sende. Noe informasjon velger de ikke å gi seerne. Dette kan tyde på at redaksjonen ikke utelukkende posisjonerer barnet som kompetent. Altså er det sårbare barnet med behov for beskyttelse også en del av diskursen redaksjonsmedlemmene trekker på i sine svar når vi snakker om dette temaet.

6.1.2 Å forenkle informasjon

Vaktsjef: Og så må jo vi i enda større grad en voksennyhetene tenke hvordan kan vi fortelle dette enklere, uten at det blir feil. For vi må jo hele tiden forenkle, men ikke forenkle så mye at det ikke blir riktig lenger. Så det er jo hele tiden en balansesak da. Å forenkle, samtidig at det er riktig det vi sier og at de ikke blir fordummende. Så vi jobber veldig mye med lettfattelig språk og si et budskap klart og tydelig. Det jobber vi egentlig veldig mye med! Renspikke fokuset.

Forenkling av tunge eller vanskelige temaer er også en del av arbeidet med å få en god balanse mellom det å gi ærlig og korrekt informasjon, men allikevel gjøre stoffet forståelig for målgruppen. ”For vi må jo hele tiden forenkle, men ikke forenkle så mye at det ikke blir riktig lenger”. Denne forenklingen de må gjøre i sendingene skiller seg fra temaet over. Her handler det mer om barnet som mer eller mindre kompetent til å forstå en budskap, mer enn behovet for beskyttelse og rett til opplysning som *human beings* eller *human becomings*. Barn har rett på informasjon og supernyttredaksjonen er klare på at denne informasjonen skal være korrekt og ikke forandret i innhold. Barn skal få høre om de harde nyhetene, samtidig som de skal bli formidlet på mest mulig enkel og skånsom måte.

Vaktsjef: Noe jeg vet vi ikke har kjempemye av er sånn tradisjonell politikk. For det er fryktelig komplisert å klare å forklare for barn, for det er alltid to sider med forskjellige meninger som står mot hverandre. Vi skjønner jo kanskje knapt nok noen ganger i voksennyhetene. Men vi er jo også innom politiske saker, som for eksempel leksehjelp eller dårlig skolevei, eller skolebygg eller at noen finner sprøytespisser i skolegården også. Det er jo også mange politiske saker vi er innom, men den tradisjonelle politiske deknningen som man holder på med i dagsrevyen for eksempel, har vi veldig lite av, for det er mer sånne tradisjonelle konfliktsaker, mens vi prøver å ha mer forklarende saker.

Det finnes noen temaer som *Supernytt* mener kan være for komplisert å forklare barn og som de derfor ikke lager mange saker på. Et eksempel som vaktsjefen trekker frem er tradisjonell politikk. Imidlertid bør dette være saker som redaksjonen vurderer som unødvendig å dekke av ulike grunner. Tradisjonelle politiske konfliktsaker regnes ikke som prekære å dekke med mindre det er en stor nyhet som ligger til grunn. Hvis *Supernytt* velger å sende politiske saker vinkler de innslagene slik at det er relevant for målgruppen. ”Men vi er jo også innom politiske saker som for eksempel leksehjelp eller dårlig skolevei, eller skolebygg eller at noen finner sprøytespisser i skolegården også”.

Redaksjonssjef: Vi ønsker at de skal ha en forståelse for en del av samfunnet som det kanskje ikke nødvendigvis er deres arena til daglig, men som vi mener er viktig for dem å vite noe om. For eksempel: hva er statsbudsjettet? At statsbudsjettet legges frem hver år, så tenker jeg at det sitter ikke så mange 11åringer å tenker: det blir spennende med dette statsbudsjettet når det kommer,

hva er nå det? Jeg tror ikke de nødvendigvis tenker det, men når de får saken servert, så tenker de kanskje at: Oj, er det sånn pengene fordeles i landet vårt, er det derfor vi har skatt. Eller åja, det er sånn det er på min skole, det er sånn rektor bestemmer hva man skal bruke penger på. Om det skal være PC eller nye baller til gymmen. På en måte trekke det ned da, slik at de forstår. Så sånn sett så driver vi jo med opplæring. Fordi det er forklarende veldig mye.

Dette utdraget viser flere ulike ting. Redaksjonssjefen sier hun ønsker at barn skal ha en forståelse av flere ting i samfunnet som nødvendigvis ikke er deres arena. Hun trekker også frem statsbudsjett som et eksempel på en sak som barn kanskje ikke umiddelbart synes er spennende eller interessant, men ved at de får den forklart av *Supernytt* så vil de forstå den lettere. I dette utdraget gir redaksjonssjefen et forslag til hvordan de ville ha løst det for å forenkle en sak som de mener barn trenger å vite noe om. ”Eller åja, det er sånn det er på min skole, det er sånn rektor bestemmer hva man skal bruke penger på. Om det skal være PC eller nye baller til gymmen. På en måte trekke det ned da, slik at de forstår”. Fra dette sitatet kan det antas at redaksjonssjefen mener at ved å vise til konkrete saker som målgruppen lettere kan sette seg inn i og forstå, gjør de det mulig å forklare vanskelige temaer for barn. Dette gjelder blant annet når de skal forklare tradisjonelle politiske temaer.

Det å forenkle informasjon dreier seg om synet på barnet som kompetent eller ikke kompetent til å forstå en formidling. Denne balansegangen mellom å forenkle informasjonen, men samtidig å beholde den korrekt berører også diskursen om barnet som *human beings* og *human becomings*. Å møte barnet der barnet ”er”, samt lage nyheter på barnets premisser tyder på at redaksjonen tar barnet på alvor og ser barnets egenverdi. Dette mener jeg representerer et syn på barnet som *human beings*.

6.2 Barnet som meningsytrer på nett

Vi sett at *Supernytt* tar barn på alvor og lar barn være hovedpersoner i sendingene. Imidlertid foregår også en viktig del av *Supernytt* på nett. Her kan barn som seere komme til orde på en helt annen måte enn som intervjuobjekter i sendingene. (I nyhetssendingene på TV er det også kun et begrenset utvalg av barn som blir intervjuet eller brukt som case og følgelig får ytre sin mening.) På *Supernytt* sine nettsider er det åpent og mulig for alle barn i Norge å kunne si sin mening. Under de fleste nyhetssakene på nett er det mulig å legge igjen kommentarer. *Supernytt* arrangerer også spørreundersøkelser om forskjellige temaer som alle som går inn på nettsidene kan svare på. Det er ingen funksjon som plukker ut hvem som får lov å kommentere sakene som ligger på nett, med unntak av at nettansvarlig for

hjemmesidene *Supernytt* modererer kommentarer som ikke egner seg i debattene. Naturligvis er det en selektering av hvem som får ytre sin mening eller bli representert i sakene som blir sendt i TV-sendingen. Den rollen barn har som meningsytrende på nett er annerledes enn den rollen de har som meningsytrende i sendingene på tv. Dette tilbudet på nettet setter barn i en noe annen rolle enn som intervjuobjekter eller case i sendingene, eller som TV-seere. Barn kan være anonyme i sin meningsytring på nett og det innebærer at de ikke nødvendigvis behøver å forsvare det de uttrykker i blant annet debattene.

6.2.1 Interaktivitet

Barn som meningsytrer på *Supernytt* sine nettsider handler blant annet om interaktivitet. Som vi tidligere så i kapittel 2.2.2 har NRK laget flere interaktive barneprogrammer. Langt tilbake i tid har barn kunnet sende inn tegninger, beskjeder og ønsker til forskjellige programmer, samt delta i konkurranser. Selv om denne interaktiviteten ikke er et nytt fenomen i TV-ens historie, er forskjellen mellom disse programmenes interaktivitet med seerne og *Supernytts* interaktivitet gjennom nettet stor. Nettet er en mye større arena og den åpner for at flere og flere seere får delta. Samtidig synes denne interaktiviteten å være mer på barns premisser enn tidligere. I de neste ekstraktene snakker nettansvarlig i *Supernytt* om hvordan *Supernytt* praktiserer interaktivitet med seerne på nett og hvordan hun opplever interaktiviteten.

Nettansvarlig: Det er liksom min «hovedmission», at det skal være noe «attåt» og dette skal være noe som barna kan respondere på. Jeg prøver hele tiden å få til denne interaktiviteten, som er så veldig moderne ikke sant, i media i dag.

Og så prøver vi jo så godt som overhodet mulig å få denne interaktiviteten, å skape debatt blant annet. Det prøvde vi jo også på. Den mest vellykkede debatten vi hadde på vår nettside er nok aldersgrense på Facebook. Hva bør den være? Det var det veldig mye engasjement. En annen sak som vi hadde var pelsdyrnæringen. Bør pelsdyrnæringen legges ned eller ikke? Der også var de kjempebastante i meningene sine. Og det som er litt gøy da, er at dette skaper journalistikk for oss. Da kunne jeg... vi vil ta barna på alvor, vi vil høre hva de faktisk mener, så det jeg kunne gjøre da, var å trekke ut en del av disse kommentarene og lage sak på det: Supernytts seere mener at.... Dette er veldig tydelig, men det er allikevel nyansert. Og så lagde vi en sak på det. Så det er også veldig gøy. For da ser vi jo virkelig at de blir tatt på alvor.

Supernytt uttrykker tydelig at de ønsker å ta barn på alvor og gi dem mulighet til å ytre sin mening i programmet gjennom det å være intervjuobjekter i TV-sendingene. Dette gjelder også på *Supernytts* nettsider. Nettansvarlig sier at interaktivitet med seerne er noe de jobber for og at det kan de lettere oppnå gjennom nettet.

Ofte kan denne interaktiviteten skape debatt og vise barns samfunnsengasjement. Hun sier at hun gjennom debattene på nettet opplever at barna har sterke meninger og gjerne vil uttrykke disse. Måten hun viser at *Supernytt* ønsker å ta barna på alvor ved å høre hva de mener, gjør hun ved å følgelig trekke ut noen kommentarer fra debattene på nett og presentere de i nye saker. Slik kan *Supernytts* seere og lesere på nett, indirekte påvirke nyhetssakene.

Nettansvarlig: De er kjempeflinke til å tipse oss via nettsidene også. Og så har vi konkurranse og quiz.

ja, så har vi polls ja, avstemminger. Det bruker vi også i sakene våre. Eks: I dag skal vi ha en sak om at skolene velger bort løkkeskrift fremfor stavskrift. Og da har vi lagt ut en poll som spør: Lærere du løkkeskrift eller stavskrift på skolen? Og så bruker vi kanskje de tallene i vår intro, for eksempel at Supernytts seere svarer at.. to av tre av Supernytt sine seere velger bort løkkeskrift på skolen. Så underbygger vi vår tese ikke sant, problemstilling med å referere til våre seere. Som igjen handler om identifikasjon. Så det å virkelig oppleve at de er med på å skape Supernytt.

Vaktsjef: Det er også en sånn sak vi satte dagsorden med fordi vi hadde gjort en spørreundersøkelse hvor vi sa at nesten 50% tror på en gud og brukte det som en knagg til å snakke om ulike religioner. Og da tok vi opp...det var da en kompromiss av en egen nyhet og en opplysning eller læring som vi mener at de bør kunne. For hvis man skjønner litt mer av andres tro så er det kanskje litt lettere å respektere hverandre også. Og på den måten ved at de hadde svart i undersøkelsen, så var de indirekte med å sette dagsorden. Men direkte vil jeg ikke si de er med. Så kommer de med innspill. Og noen ganger så lager vi sakene som de tipser oss og. Så sånn er de også litt med, at de kan være med å sette agendaen litt de også. De påvirker ikke formatet, men vi hører jo på tipsene.

Disse ekstraktene viser på flere måter hvordan *Supernytt* skaper en slik interaktivitet og gjør barnet til meningsytrende. Gjennom å ha spørreundersøkelser/avstemminger, konkurranser og muligheter for tips som blir tatt på alvor, viser *Supernytt* en interesse for seernes meninger. Ved å ikke bare gjennomføre spørreundersøkelser blant seerne på nett, men også aktivt bruke funnene i sendingene, viser det at *Supernytt* tar barnet på alvor og verdsetter deres meninger. Seerne er da indirekte med å påvirke programmene. Et eksempel som vaktsjefen gir på dette er en undersøkelse de en gang arrangerte på nett hvor de spurte seerne om de trodde på en gud. De endte opp med et tall på nesten 50% av *Supernytts* seere trodde på en gud. Dette resultatet brukte de som bakgrunn og nyhetsknagg for å lage flere saker til TV-sendingene.

6.2.2 Å moderere barns ytringer på nett

Som følge av satsing på interaktivitet med seerne bærer det også med seg en rekke utfordringer og oppgaver.

Nettansvarlig: Ja, det vil jeg jo også si, vi er jo veldig strenge på å moderere kommentarer. Det er jo også noe av det viktigste vi gjør. Vi har en veldig tydelig.. alt blir moderert før det kommer ut på nettsidene. Altså *Supernytt* er jo moderne, så vi prøver å få til denne folkejournalistikken da -Som de snakker om så mye i voksennyhetene og ellers også. Folk der ute skal kunne bidra. Og det gjør de, de tipser oss.

I dette intervjuetraktet er det flere poeng som er interessante å kommentere. Nettsansvarlig sier at *Supernytt* ønsker å få til en "folkejournalistikk" hvor folket, altså barnet som seer skal kunne bidra i programmet. Samtidig uttrykker nettansvarlig tydelig at det å moderere kommentarer som blir skrevet på nett er særdeles viktig på *Supernytts* nettsider. Alt som legges ut på disse sidene skal gå igjennom et "filter" og flere kommentarer blir sensurert bort. Hvorfor er det slik? Det kan tenkes at *Supernytt* ser seg nødt til å ha en voksenperson til å sensurere noen av kommentarene som er upassende eller skremmende for målgruppen. Seerne skal da bli skjermet for dette og implisitt sier redaksjonen at barn ikke er i stand til å manøvrere et slikt forum på egenhånd. Det må altså være regulert av en voksen. Dette kan tolkes slik at nettansvarlig trekker på en diskurs om barnet som noe sårbart i møte med mediene. Barnet er ikke modent eller kompetent nok til å fritt bevege seg på internett. Det er behov for en viss voksen regulering og beskyttelse.

Nettansvalig: (om en bortføringssak) Det blir skummelt. Det ser man jo på nettet, at man kan hause opp ting. Det kunne jeg se på en del av kommentarene også. Det var mange spekulasjoner. Det måtte jeg være ekstremt nøye på å bare moderere bort. Det var veldig mange jenter som spekulerte i at hun var voldtatt og sånt. Det måtte jeg bare få vekk.

I dette intervju-ekstraktet vises det at en del av kommentarene fra seerne på nettsidene inneholder en del spekulasjoner angående tunge saker. Nettsansvarlig sier at hun måtte være ekstremt nøye på å moderere bort slike kommentarer. Det kan antas at *Supernytt* ser seg pliktige til å moderere nettsidene. Spekulasjonene rundt saker som kan være skremmende for målgruppen og som kan "hause" opp til frykt kan nettansvarlig se på som sitt ansvar å fjerne.

Nettasvarlig: ja! Absolutt. Det som vi så var når vi for eksempel hadde saken om overgrep så fikk jeg en kommentar på nettet om en som hadde en i klassen som hun trodde kanskje.. ja, ikke sant. Og det vi gjør da er jo å sende mail tilbake til de. Den kommentaren legger vi ikke

ut på nettsidene, men da svarer vi og da sier vi: dette er leit, vi anbefaler at du går å snakker med en voksenperson du stoler på eller du kan ringe dette nr.

Nettansvarlig gir et eksempel på hvilke kommentarer de modererer bort. Kommentarer som er for personlige og ikke nødvendigvis hører hjemme i nettdiskusjonen velger *Supernytt* å moderere bort. Det kan være flere grunner til dette. Det kan blant annet være for å skåne avsenderen eller skåne mottakerne, altså andre seere.

7 Avslutning

For ca. 30 år siden var det en stor debatt om underholdningsfjernsyn for barn. Den ble satt i gang av Neil Postman. Bøkene ”The disappearance of childhood” fra 1982 og ”Amusing ourselves to death” fra 1985 kom først på amerikansk, men ble raskt oversatt til norsk ”Den tapte barndommen” (1984) og ”Vi morer oss til døde” (1987). Disse bøkene ble veldig populære blant lærere. Det vi ser i dag, 30 år senere er at denne debatten fremdeles lever, men den har flyttet seg fra TV-mediet til internett. Likevel viser en rekke målinger at TV-mediet fortsatt er viktig for den målgruppen jeg har studert (jfr. 2.2.1). Postman representerte også lærenes holdninger til de nye mediene og motstand mot både TV og internett. Mange lærere trykket boken ”Den tapte barndommen” tett til sitt bryst og Postman ble på mange måter en stemme for lærerstanden i denne debatten. Godt over 10000 eksemplarer av disse bøkene ble kjøpt i Norge, blant annet gjennom Bokklubben.

Hva har skjedd med TV-mediet som læringsressurs siden den gang? Hvilke holdninger har dagens lærere til TV-en? TV-programmet *Supernytt* er blitt et supplement til ordinær undervisning og lærere ønsker å bruke *Supernytt* sine sendinger som hjelp til forklaring av vanskelige temaer. TV-mediet er ikke lenger uønsket i skolen, snarere tvert imot.

I dag vokser barn opp med de ”nye” mediene. Barns mediehverdag har endret seg enormt de siste tiårene. I dag ser medielandskapet veldig annerledes ut enn det gjorde i 1987 (jfr. Kapittel 2). Denne endringen er med å påvirke hvordan vi som voksne ”konstruerer” barnet og hvilke diskurser som er sentrale i både faglige og offentlige debatter. Nye medier skaper altså nye debatter om barn og medier. Mange av disse er preget av en bekymring over de nye medienes påvirkning på barn ut fra et sender- mottakerforhold, og i senere tid en bekymring om barns bruk av interaktive medier som sosiale medier og onlinespill.

Et av bekymringsområdene som Neil Postman allerede i 1982 presenterte som et problem, var den raskt voksende teknologien som ga barn mulighet til å tilegne seg stadig mer informasjon. Dette problemområdet har blitt litt mer nyansert, men er fortsatt et viktig tema. De siste ti årene har det spesifikke medietilbudet til barn ekspandert parallelt med et utvidet medietilbud med blant annet tv- programmer beregnet på voksne. Barn ser ikke bare på programmene laget for deres målgruppe. Internettsider og TV- program laget for voksne er

tilgjengelig for barn. Denne utviklingen har altså ført til en ny debatt om barn og medier. Barn har nå stor tilgang på informasjon og opplevelse gjennom media som tidligere har blitt holdt skjult for dem. Nyheter som er produsert for og beregnet på voksne ligger lett tilgjengelige ute på internett og sendes på TV innenfor sendetiden for barn. Informasjonsstrømmen ut mot barn og unge er enorm. Nyheter og annen informasjon finnes både i papirutgaver av aviser, på TV, i nettaviser, og på nett-TV. Mediebarndommen i dag er totalt annerledes enn det den var for 30 år siden. Debatten på 1980-tallet handlet hva barndom er og bør være, og satte spørsmålstegn rundt dette. Denne debatten så forholdsvis ut til å vokse frem på bakgrunn av TV-ens stadig voksende bruk i samfunnet. Mediepanikken kan sies å være flyttet fra TV-mediet til internett. Det er her debattene og bekymringene ligger.

7.1 Mediediskurs – barnets behov for beskyttelse vs. mediekompetanse

Neil Postmans (1984) krasse kritikk av de nye mediene, kan antas å ha vært en viktig katalysator for diskursen som pågikk på åtti og nitti-tallet. Selv om Postmans bok bringer opp viktige temaer og setter lys på problematikken som nye medier kan bære med seg, har Postmans bastante meninger blitt plassert under begrepet ”moralsk panikk” og kanskje enda mer presist ”mediepanikk” (Drotner, 1999). I delkapittel 7.1 Skisserer jeg Postmans kritikk av TV-mediet. I 7.2 presenterer jeg begrepet ”mediepanikk” ved Kirsten Drotner (1999) og jeg viser hvordan dette fenomenet har en nokså lang historie. Hensikten med å diskutere disse begrepene er å belyse noen av mine funn i kapittel 5 og 6. Jeg kobler altså mine analyser til en mer offentlig debatt om barn og medier, en debatt lærere i skolen i stor grad har vært delaktige i gjennom de siste tre tiårene.

7.1.1 Postmans kritikk av TV-mediet

Postmans bok om og kritikk av TV-mediet representerte en tydelig motkultur mot TV-kulturen. På mange måter var skolen og TV to ulike læringsarenaer med motstridende holdninger. TV-kulturen ble sett på som en ”ukultur”, der TV-en var et forstyrrende element i barns ”gode” oppvekst. Mange mente til og med at TV-titting gikk utover barns skoleprestasjoner. Skolen og lærerne representerte en lang tradisjon som en av få læringsarenaer.

Mye av kritikken fra Postman dreiet seg om barnets manglende modenhet i møte med de nye mediene. Eksponering av ”voksent stoff” var skadelig for barnet. ”Den mest åpenlyse og alminnelige virkning av denne situasjonen er at kunnskapene om denne verdens anliggender ikke er lenger forbeholdt noen bestemt, og at en av de viktigste forskjeller mellom barn og voksne er opphevet” (Postman, 1984 s. 102). Hvis de *mørke mysterier* ikke lenger blir holdt skjult for barn og kun det som anses som forsvarlig blir avslørt, vil skillet mellom barn og voksne bli faretruende svakt. Barndommen vil ikke overleve hvis vi overlater for mye av det *voksne stoffet* til barnet. ”Vi sitter igjen med barn som ikke stoler på voksnes autoritet, men på nyheter ingenstedsfra. Vi sitter igjen med barn som gis svar på spørsmål de aldri har stilt. Vi sitter kort sagt igjen uten barn” (Postman, 1984 s. 109). Denne situasjonen har ført til et behov for sensurering og muligheter for å begrense tilgang for barn til enkelte områder i mediene. Dette kan være i form av filtre og passord på enkelte områder av nettet, samt tidsbegrensning på TV og datamaskiner. På denne måten forsøker blant annet foreldre å beskytte barn fra å oppnå tilgang til materiale som er sett på som uegnet for dem.

Postman er i sin argumentasjon ekstrem og pessimistisk når det gjelder medias påvirkning på barn og unge. Postmans tekst fra 1984 har en gjennomgående undertone av en moralsk konservatisme. Han hevder at forholdet mellom barn og de nye mediene er i mange tilfeller negativt. De nye mediene har makt til å volde barns sårbarhet, undertrykke deres individualitet og ødelegge deres uskyld. Denne boken ble skrevet for ca. 30 år siden. Boken og hans kritikk mot TV-kulturen er bare en del av den lengre mediepanikkens historie. I følge Drotner (1999) har mediepanikken eksistert fra tiden lenge før teknologien. ”I massekommunikasjonens historie er trykte medier af naturlige årsager de første, som skaber mediepanikk” (Drotner, 1999, s. 35) ”I Danmark diskuteres medierne med jevne mellemrum fra 1840erne og frem (Lehrmann 1996: 122-29), og disse diskussioner fortættes i 1870erne til den første forsmag på en dansk mediepanik, nemlig den såkaldte ”samfundsopgave” – debat ” (Drotner, 1999, s. 36). Så lenge vi har hatt forestillinger om barndom (jfr. Kapittel 3.1) og vært bevisste på forholdet mellom barn og medier, så har vi også hatt mediepanikk.

7.1.2 Mediepanikk

Drotner (1999) innfører begrepet ”mediepanikk” for å illustrere hvordan samfunnets møte med nye medier har vært opp igjennom årene. Begrepet er nokså nytt, men fenomenet har eksistert i lang tid. Drotner (1999) skriver om dette fenomenet mer enn 140 år tilbake i tid. Hun mener å observere at hver gang et nytt medie har ankommet den sosiale scenen har det utløst en mulighet til å diskutere og justere trekk ved eksisterende kulturelle, sosiale normer. ”I mange tilfælde forvandles rationel, offentlig diskussion af et nyt massemedium til intense, følelsesmæssige reaktioner, der med rette kan betegnes mediepanikker” (Drotner, 1999, s. 33). I disse tilfellene vises det tydelig at det handler om mer enn mediene som et problem i seg selv. Temaene og bekymringene som berøres når det gjelder denne mediepanikken, er gjengangere år for år og dreier seg rundt moral og trusler mot barndommen. Drotner (1999) hevder disse reaksjonene i et historisk lys viser en rekke grunnleggende mønstre.

For uanset at de enkelte medier utvikles forskjellig i forskjellige lande, så er mediepanikkene forbavsende ens gjennom tiden: mange voksne eksperter, fra pædagoger og psykologer til kulturkritikere og politikere, definerer det nye massemedium som et problem navnlig for barn, børn og unge af social, psykologisk eller moralsk karakter (eller blandinger af alle tre aspekter); andre voksne – der som oftest er i mindretal – forsvare det nye medium. (Drotner, 1999, p. 34).

Mediepanikkene er knyttet til begrepet moralsk panikk. Ifølge Drotner (1999) fungerer de moralske panikkene som ideologiske sikkerhetsventiler som gjenoppretter sosial stabilitet. Det som skiller disse to begrepene er i mediepanikkene, der det er massemediene i seg selv som utløser den offentlige reaksjon og debatt. Samtidig formidler også mediene disse reaksjonene med større eller mindre intensitet. Slik viser det seg at mediepanikkene er komplekse diskurser, der de handler om mediene, formidles av mediene og tematiserer medienes kulturelle og sosiale kontekst.

Denne debatten og panikken er tett knyttet til begrepene barnet som *sårbart* og *kompetent*. Funnene jeg har gjort i denne oppgaven (jfr. Kapittel 5 og 6) viser at denne diskursen er aktuell i redaksjonsmedlemmenes svar i intervjuene. Balansen mellom å ikke skremme og ikke skjule sannheten for barn viser et ønske om å ta barn på alvor og å møte de der de er. Redaksjonsmedlemmene vektlegger særlig det å gi ærlig informasjon til seerne og det viser et syn på barnet som *kompetent*. Allikevel vil jeg påpeke at det finnes elementer av å oppfatte barnet som *sårbart*, da det faktisk er noen saker som redaksjonen opplever vanskeligheter med å presentere med tanke på at sannheten er for brutal. Redaksjonen oppfatter også at de

har en oppgave å finne en balansegang mellom det å gjøre informasjonen forståelig, samtidig som den ikke skal bli for ”barnslig” eller miste sin korrekthet. Det er ikke slik at mediepanikk er tilstede i NRK-supernyttredaksjonen. Men allikevel illustrerer begrepet noe av den balansen de ønsker å oppnå mellom det å se på barnet som *sårbart* eller *kompetent*. Begrepet *sårbart* er mye mer moderat, men det kan tolkes slik at det bunner i den samme bekymringen som begrepet mediepanikk.

Mediepanikk kan da også knyttes opp mot spørsmålet om barnet er kompetent nok til å være aktør i et nyhetsprogram og aktør på nett. I min analyse (jfr. Kapittel 5 og 6) tolker jeg det slik at de sentrale redaksjonsmedlemmene i *Supernytt* posisjonerer barnet stort sett som *kompetent* i møte med mediene. Synet på barnet som kompetent og som et individ med egenverdi kommer til uttrykk gjennom å vektlegge viktigheten av at barn skal ha plass i programmet som aktører. Dette skal skje gjennom barnet som blant annet intervjuobjekt. Imidlertid anerkjenner redaksjonsmedlemmene konflikten som oppstår i de situasjonene barn kan havne i der de muligens ikke har kompetanse til å være meningsbærende. Dette utfordrer synet på barn som kompetente og barnet kan til en viss grad bli sett på som sårbart i denne sammenhengen. I intervjuene vektlegger redaksjonsmedlemmene også interaktivitet med seerne. I tillegg bruker de barns ytringer på nett som kilder i sakene. Dette kan tyde på at de ønsker å ta barn på alvor og at deres meninger er av betydning. Det kan tolkes slik at redaksjonsmedlemmene posisjonerer barnet som *kompetent* mediebruker. Vi tidligere har sett i kapittel 3.2 at å betrakte barnet som *human being* innebærer en oppfatning av barnet som sosial konstruktør i sitt eget liv. Begrepet *human being* innebærer mye av de samme elementene som ligger i begrepet *kompetent*. Kompetansen de utøver i sitt eget liv blir derfor viktig. Slik kan interaktiviteten barn erfarer med *Supernytt*, spille en viktig rolle i barnets konstruksjon av eget liv. Imidlertid anerkjenner redaksjonen barnets behov for beskyttelse og moderering til en viss grad av ytringene på nett. Barnet mangler altså den fulle kompetansen til å ytre seg på nettsidene uten en voksen kontroll.

7.1.3 Synet på barnet som TV og - mediekompetent

Det finnes også helt klart nyanser i denne debatten. Postmans kritikk av TV-kulturen og den nye mediekulturen generelt, blir fra flere hold sett på som en overdrevet moralsk panikk og en mer liberal tilnærming har vokst frem. Buckingham (2000) kan plasseres i en kontraposisjon til Postmans kritiske blikk på de nye mediene. Buckingham representerer et

langt mer positivt perspektiv på barn og medier, og kan i mange tilfeller knyttes til et syn på barnet som *human being* i møte med de nye mediene. Denne mediekompetansen er en spontan og naturlig visdom, som voksne ikke besitter (Buckingham, 2000). Dette skaper igjen et *generasjonsgap* som også blir betraktet på forskjellige måter. "While some have voiced concern about this growing generation gap in media use, others have celebrated these new media as a means of "empowerment" or even "liberation" for children" (Buckingham, 2000 s.41).

Postman fremhever at barnets natur innebærer uskyld, samtidig som det driftes mot det syndige og farlige, og har derfor et sterkt behov for beskyttelse og begrensning av voksne. Buckingham (2000) kritiserer derimot Neil Postman som støtter et slikt syn på barnet. Buckingham mener barn her blir implisitt sett på som passive og forsvarsløse i medias manipulasjon. Spesielt i forhold til TV blir de unge seerne sett på som inkompetente i forhold til kritisk å kunne respondere på det de ser. Postman (1984) hevder at TV er et medie som hverken krever intellektuell eller emosjonell anstrengelse. Buckingham argumenterer med at disse antagelsene overhodet ikke er empirisk bevist. Samtidig etterlyser han et essensielt aspekt: barn er sosialt differensiert (Buckingham, 2000). Denne nyanseringen av synet på forholdet mellom barn og medier er på mange måter riktig og viktig. Barnet er ikke kun en passiv mottaker, som blir påvirket av mediene. Selv om barnet til en viss grad behov for beskyttelse av voksne, skal ikke denne beskyttelsen endres til kontroll. Barnet er kompetent i mange møter med ulike medier og medier kan være en viktig ressurs for barnets opplevelser og læringserfaringer.

7.2 Hva kjennetegner dagens mediediskurs?

Som jeg tidligere har vist er *Supernytt* blitt veldig populært blant barn i målgruppen (jfr. Kapittel 2.3). I tillegg har jeg også vist at mange lærere bruker programmet i undervisningen. Dette reiser en rekke spørsmål. Har det altså skjedd en endring i synet på mediebruk for barn fra Postmans glanstid? Kanskje ville Postmans bok ikke blitt like godt mottatt i dag. Tv-mediet synes å ha blitt mer "stuerent". Nå brukes TV-mediet mye i skolen. Lærere uttrykker at bruk av TV i skoleundervisningen er uproblematisk og snarere en ressurs. Spesielt har *Supernytt* blitt veldig populært blant lærere å bruke i undervisningen. *Supernytt* brukes som supplement til ordinær undervisning i flere fag og i forbindelse med 22. Juli-saken produserte *Supernytt* en 30 minutter lang ekstrasending som har blitt brukt mye av skoleverket.

Det som er interessant å se på er den endringen av holdninger til TV-mediet fra 1980-tallet og til i dag. Dette gjelder spesielt lærere. Som sett i kapittel 2.3.2 brukes *Supernytt* aktivt av lærere i hele Norge. *Supernytt* har blitt en viktig læringsressurs som forklarer noe av den verden vi lever i. Dette er en altså radikal endring fra 80-tallet, da TV-en av mange lærere ble sett på som en ”konkurrent” til skolens pensum og formål.

Supernytt er nettopp en moderator og en hjelp for barn til å navigere i en verden av komplisert og enorm informasjon. *Supernytt* representerer en trend i dagens samfunn der barnet som aktør står i fokus. Et ønske om å ta barn på alvor og gi dem rom for ytringsfrihet gir uttrykk for å se på barnet som *human beings*. Denne trenden vises også gjennom Aftenpostens avis for barn, ”Junior”. Denne avisen er riktignok en kommersiell aktør i motsetning til *Supernytt*, men en stor del av Juniors stoff viser også at de ønsker å ta barn på alvor.

7.2.1 Supernytt som suksess

Supernytt er blitt en suksess, men i den store sammenhengen også et unntak. NRK som en statlig finansiert kanal føler et ansvar nettopp for å formidle nyheter til barn. Dersom økonomiske dårlige tider skulle tvinge NRK til å skjære ned på sine tilbud kan vi da føle oss trygge på at barnas behov for nyhetstilbud av god kvalitet vil bli ivarettatt? Å sette søkelyset på betydningen av nyheter for barn som for eksempel *Supernytt*, er et relativt nytt og til dels utforsket område. Det kan være viktig å bidra til større forståelse av mediets rolle i dagens mediebarndom. Dette er også et viktig område å forske mer på da det også fins andre aktører som presenterer nyheter til barn.

7.2.2 Barnas ”nye lærere”

Som jeg viste i både kapittel 5 og 6, er sentrale personer i Supernyttredaksjonen på flere ulike måter, seg bevisst på barnet som TV-seer og målgruppe for programmet. Dette kommer til uttrykk gjennom både deres refleksjoner rundt hvordan *Supernytt* bør lages som nyhetsprogram, og barnet som TV-seer.

I intervjuene (jfr. Kapittel 5 og 6) uttaler Supernyttredaksjonen både direkte og indirekte at de opplever at ved å være en del av NRK som allmennkringkaster, har de ansvar for å løse flere

oppgaver. For det første mener Supernyttredaksjonen at barnet skal ha en rolle som handlende aktør i nyhetssendingene. Dette representerer et syn på barnet som *human beings* med rett til å bli hørt og ytre seg. Imidlertid er redaksjonen bevisst på utfordringer i sammenheng med barn som aktører i nyhetssammenheng. Dette kommer til uttrykk i deres diskurs om barnet ved at de problematiserer roller de kan havne i som konkurrerende mot en voksen person. Disse rollene er ikke barnet i stand til å håndtere å stå i, da det ikke er kompetent nok. Her blir synet på barnet som *human beings* og kompetent utfordret da de anerkjenner barnets sårbarhet.

Bruk av barn som intervjuobjekter i nesten alle saker, viser et ønske fra *Supernytt* å rette opp et skjevt bilde som øvrige nyhetsprogrammer for voksne gir av samfunnet vårt.

Den andre hovedoppgaven *Supernytt* tar på seg ansvar for å utføre (jfr. Kapittel 5 og 6), er barnets behov for å få nyheter forklart og presentert på en aldersadekvat måte.

Supernyttredaksjonen mener programmet har og bør ha en funksjon som moderator og navigatør i det store og uoversiktlige medielandskapet som kjennetegner det samfunnet barn nå vokser opp i. Dette mediasamfunnet vi har i dag resulterer i at nyheter laget for voksne er tilgjengelige for barn. TV-nyheter for voksne representerer endring i denne tilgjengeligheten av informasjon som kan være ”skadelig” for barn, formidlet gjennom levende bilder og muntlig. Mange husstander i Norge har TV med mange kanaler som har sendinger hele døgnet. Det finnes egne nyhetskanaler, både utenlandske og norske. Parallelt med utvidelsen av tv-tilbudet, har internett utviklet seg raskt. Nett-aviser, videosnutter, diskusjonsforum og fakta-sider ligger ute på nettet og er tilgjengelige for både voksne og barn. Omfanget av nyheter generelt har utviklet seg i stor grad de siste årene. Store rettsaker blir ikke lenger dekket med live-sendinger kun fra de største TV-kanalene. VG, Dagbladet og Aftenposten har i sine nettaviser videolinker med egenproduserte live-sendinger, i tillegg til skriftlige nyheter. Med dagens teknologi er det ikke til å komme utenom at barn ser slike TV-programmer og bilder på nett som ikke er beregnet på eller egnet for dem. Dette dreier seg ikke kun om å se på barnet som sårbart med behov for beskyttelse, men snarere å ta barn på alvor som *human beings* der de ”fortjener” en god forklaring på, samt opplysning om hva som skjer i verden. *Supernytt* mener de har en oppgave i å være ærlig med barn. Vi kan ikke skjule sannheten og lyve for barn.

Lærere har til alle tider, i kraft av sin profesjon, måttet planlegge og evaluere sin undervisning. De har også i stor grad måttet forsvare og gå ut med hva de står for, hvilke holdninger og påvirkning de har på barn. Læreres oppfatning av barndom og synet på barnet har vært og er sentralt. I dag er det også en ny gruppe mennesker, som mediefolk, journalister og produsenter som i høy grad er blitt barnas ”nye lærere”. Kanskje er de til og med lærernes lærere. Deres makt og påvirkning har derimot i mindre grad vært gjenstand for samfunnets kritiske blikk eller oppmerksomhet. Dette til tross for at deres rolle er blitt viktigere og viktigere i dagens ”oppdragelse” av barn og unge. *Supernytt* må altså på lik linje med lærerne planlegge og evaluere produksjon av nyheter. Gjennom min analyse av intervjuer med sentrale redaksjonsmedlemmer i *Supernytt*, har jeg erfart at de i aller høyeste grad gjør dette. Pedagogisk forskning handler altså ikke kun om skole-pedagogikk og læreres formidling av kunnskap. De nye aktørene som formidler kunnskap til barn er også en del av dette feltet.

Fordi *Supernytt* er blitt så populært og brukes i mange undervisningssammenheng er det nødvendig å studere redaksjonens intensjoner, holdninger til og oppfattelse av barndom. Det som har kommet frem av min forskning i denne oppgaven er nettopp denne bevisstheten hos *Supernytt*redaksjonen. De har mange seriøse diskusjoner og grundige refleksjoner rundt produksjonen av nyhetssendingene. Planlegging og evaluering gjør de bevisst.

7.2.3 Forsking og mediedebatt: internett og datamaskiner

I dagens mediedebatt og forskning på barn og unges mediebruk, ligger fokuset på barnets bruk. Dette er i forhold til internett og datamaskiner. De nye mediene; Internett, PC-spill, mobiltelefoner, er ofte sett på som medier som representerer muligheter for barn og unge. Innenfor denne oppfatningen regnes de nye medieformene som store positive potensialer, spesielt i forhold til læring. Et annet positivt aspekt er det kulturelle og estetiske utbyttet. Parallelt representerer disse mediene farer og utfordringer og dette perspektivet på medieutviklingen har i en rekke tiår stått bak en bekymringsdiskurs rundt barn og mediebruk. Debatten gir mediene en splittet status og de slites da mellom nyttig og farlig (Buckingham, 2007). Bekymringsdebatten har penset seg inn på begreper som digital dømmekraft, mediekompetanse og trygg bruk. Bekymringsdebatten i dag har altså flyttet seg mer fra TV-en over til de nye mediene, internett og datamaskiner. *Supernytt* i NRK kan fungere som en

”ryddehjelp” og formidler av god og ærlig informasjon i en ellers uoversiktlig og grenseløs medietilgang.

Selv om en nyere undersøkelse fra medietilsynet viser en vekst av barns forbruk av internett, er fortsatt TV et viktig medie. ”På spørsmål om hvor ofte de gjør ulike ting på fritiden svarte 46 prosent av barna at de ser på tv eller DVD/Blu-ray hver dag og 34 prosent flere ganger i uken. TV er altså et svært sentralt medium for barna” (Medietilsynet, 2012). Dette viser at TV generelt og kanskje *Supernytt* fortsatt spiller en viktig rolle i barns mediehverdag.

Det spørsmålet en da kan stille seg er hvorfor denne bekymringsdiskursen i stor grad har flyttet seg fra TV-en til nyere medier? Har TV-en blitt mer ”stuerent”? Er vi som samfunn blitt kjent med og ”vant” til TV-en? Representerer den ikke lenger ”trusler” mot barns oppvekst? Selv om TV-en ikke har status som faretruende i like stor grad som tidligere og at bekymringene er mer rettet mot internett, har *Supernytt* en like viktig oppgave – om ikke større. Som tidligere nevnt skal *Supernytt* være en slags ryddehjelp og navigatør i den nye medie verden vi har i dag.

Det jeg nå har forsket på er et bidrag til forskningsfeltet barn og medier. Jeg har i dette studiet snakket med og forsket på menneskene som lager nyheter for barn. Jeg håper min studie kan bidra til å få mer kunnskap om hvordan vi oppfatter barnet i møte med nyheter på TV, samt hvordan vi oppfatter barnet som TV-seer. Det jeg ikke har gjort er å forske på hvordan seerne og målgruppen for *Supernytt* opplever dette programmet. Imidlertid er det andre som gjør dette. *Supernytt* får også interesse fra det spesialpedagogiske feltet. Parallelt med min oppgave arbeider en masterstudent ved ISP med en oppgave som omhandler *Supernytt* og deres formidling til barn. Hennes perspektiv er barns opplevelse av programmet med et spesielt blikk på formidling av krisenyheter.

Supernytt har blitt diskutert og trukket frem i flere debatter og artikler i blant annet aviser. Flere psykologer, spesialpedagoger, pedagoger og medievitere har uttalt seg om programmet i forskjellige sammenhenger. En doktorgradsstudent ved universitetet i Bergen arbeider nå med et Ph.D.- prosjekt. Linn Cathrin Lorgen er tilknyttet gruppen for journalistikkforskning ved Infomedia og vil mest sannsynlig ha en litt annerledes innfallsvinkel enn meg. Da hun blant annet ønsker å finne ut hvordan nyheter gjennom *Supernytt* formidles til barn, samt hvilke barndomssyn og barndomsideologier som ligger til grunn for denne formidlingen, kan

en anta at min oppgave inneholder noen av de samme elementene. Imidlertid ønsker hun også å undersøke barns persepsjoner av programmene og hvilke konsekvenser denne typen program kan ha for barn og unges tilgang og til deltagelse i offentligheten.

Omfanget av aktører som ønsker å formidle nyheter til barn viser at vi voksne ønsker å ta barn på alvor. Barn fortjener sannheten om den verden vi lever, samtidig som den skal bli forklart på en god og aldersadekvat måte. Den ærlige informasjonen skal bidra til å trygge barn fremfor å skremme. Som tidligere beskrevet i oppgaven får ofte barn med seg bruddstykker av sannheten igjennom programmer og nettsider produsert for voksne. Ofte får de kun grusomme detaljer eller bilder som ikke gir en forståelse av saken. Det er ingen grunn til å tro at globaliseringen kommer til å reverseres og at verden ikke lenger vil ytterligere utvikles. Informasjon vil til enhver tid ligge tilgjengelig i mediene og barn vil ha enkel tilgang på informasjon som ikke alltid er beregnet på dem. Dette vekker en del tanker og spørsmål. Disse spørsmålene er viktige i fremtiden da det muligens vil være enda større behov for veivisere og moderatorer i barns møte med mediene :

Hvem skal fortelle barn om den ”brutale” verden vi lever i? Hvem skal formidle nyheter for barn? Og hvordan skal de formidles? Hvilken kompetanse bør de som formidler nyhetene ha? Dette er viktige og aktuelle spørsmål både for de som deltar i debatten, men også for de som arbeider med barn til daglig. Min oppgave kan, om den leses av lærere, bidra til at denne yrkesgruppen får en bedre innsikt i de beslutninger som ligger bak *Supernytt* sine sendinger. Kanskje kan også mitt bidrag skape en refleksjon hos lærere omkring barndom og barnet som mediebruker.

Det har blitt et økt fokus på behovet for nyheter for barn de siste årene og flere forskere ønsker å se nærmere på dette. I dagens samfunn som blant annet er blitt kalt for *the age of electronic media* og *the age of multimedia*, er nettopp oppdragelse og pedagogikk sterkt knyttet til barns bruk av en rekke nye medier. Spørsmålet om hva barn og unge skal bli eksponert for i media og hva som er god kvalitet i programmer myntet mot barn og unge, er mer og mer aktuelt. Fokuset på formidling av nyheter til barn kan sies å være et svar på dette. *Supernytt* og *Aftenposten junior* har blitt populære medieprodukter og brukes både på fritiden og på skolen. De er altså sentrale og viktige formidlere av nyheter og gir barn en forklaring av mye av det som skjer i verden. Derfor er det viktig å sikre kvaliteten i disse medieproduktene for barn. Følgelig er dette et viktig felt å forske videre på.

Litteraturliste

- Amundsen, H. M. (2003). Det sosialt konstruerte barnet. In S. o. S. Sagberg, Kjetil (Ed.), *Barnet - konstruksjoner av barn og barndom* (pp. S. 44-62). Oslo: Universitetsforl.
- Bakøy, E. (2002). *Med fjernsynet i barnets tjeneste: NRK-fjernsynets programvirksomhet for barn på 60- og 70 tallet*. [Oslo]: Unipub.
- BBC News, (2007, 03.12.2007) The editors. Hentet fra:
http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2007/12/happy_birthday_to_newsround.html
- Befring, E. (2007). *Forskningsmetode med etikk og statistikk*. Oslo: Samlaget.
- Buckingham, D. (1998). Re-constructing the child audience. In M. o. F. Haldar, Ivar (Ed.), *En digital barndom* (pp. s. 34-50). Oslo: Ad notam Gyldendal.
- Buckingham, D. (2000). *After the death of childhood : growing up in the age of electronic media*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, D. (2007). *Beyond technology : children's learning in the age of digital culture*. Cambridge: Polity.
- Buckingham, D. (2008). Children and media: a cultural studies approach. In S. L. Kirsten Drotner (Ed.), *The international handbook of children, media and culture* (pp. S. 219-236): SAGE.
- Dalen, M. (2011). *Intervju som forskningsmetode*. Oslo: Universitetsforl.
- Drotner, K. (1999). *Unge, medier og modernitet : pejlinger i et foranderligt landskab* (Vol. nr 5). [København]: Center for Ungdomsmedier.
- European Broadcasting Union (2011) *Youth news exchange*, Eurovision children and youth. Hentet fra:
http://www.ebu.ch/en/eurovisiontv/children_youth/youth_news_exchange.php
- FN (1989) *FNs konvensjon om barnets rettigheter (barnekonvensjonen)* trådt i kraft den 2. September 1990. Hentet fra:
<http://www.fn.no/Bibliotek/Avtaler/Menneskerettigheter/FNs-konvensjon-om-barnets-rettigheter-Barnekonvensjonen>
- FN (lesedato 05.04.2013) Hentet fra:
<http://www.fn.no/Bibliotek/Avtaler/Menneskerettigheter/FNs-konvensjon-om-barnets-rettigheter-Barnekonvensjonen>
- Fordal, J.A (2009, 22.04.2009) *Fjernsynets historie*, nrk.no. Hentet fra:
<http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.6512060>
- Fordal, J. A (2011, 21.09.2011) *Ny forståelse og felles opplevelse*, nrk.no. Hentet fra:
<http://www.nrk.no/informasjon/1.7802563>
- Frønes, I. (1998). Mot en digital barndom: en skisse av fremtidens barndom. In M. o. F. Haldar, Ivar (Ed.), *Digital barndom* (pp. s. 12-22). Oslo: Ad notam Gyldendal.
- Frønes, I. (2005). Structuration of Childhood: an essay on the structuring of childhood and anticipatory socialization. In J. Qvortrup (Ed.), *Studies in modern childhood : society, agency, culture* (pp. xii, 294 s. : ill.). Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Frønes, I., & Backe-Hansen, E. (2012). *Metoder og perspektiver i barne- og ungdomsforskning*. Oslo: Gyldendal akademisk.

- Hagen, I., & Wold, T. (2009). *Mediegenerasjonen : barn og unge i det nye medielandskapet*. [Oslo]: Samlaget.
- Hake, K. (2006). *Historien om Barne-TV : barndomsbilder 1960-2005*. Oslo: Universitetsforl.
- Hall, Stuart 1980: *Encoding – decoding*. In S. Hall et al. (Ed.), *Culture, media, language*. London: Hutchinson
- Henriksen, A. (2013, 27.04.2013). "Hender det at du ligger på sofaen i joggebukse og ser på TV og spiser potetgull, statsminister?", *Aftenposten*.
- James, A., & James, A. L. (2004). *Constructing childhood: theory, policy, and social practice*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- James, A., Jenks, C., & Prout, A. (1998). *Theorizing childhood*. Cambridge: Polity Press.
- Johansson, B. (2010). Subjectivities of the child consumer: Beings and Becomings. In V. T. David Buckingham (Ed.), *Childhood and consumer culture*. Basingstoke: Palgrave macmillan.
- Kringkastingsloven (1992) *Lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenster m.v* av 12.04.1992 nr. 127. Hentet fra: <http://www.lovdata.no/all/nl-19921204-127.html>
- Kvale, S. & Brinkmann, S.(2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Medienorge (Lesedato 14.02.2013) *Programprofiler for Norske TV –Kanaler*. NORDICOM
Hentet fra: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=tv&queryID=136>
- Medietilsynet (2012) medietilsynets rapport om Barn og medier 2012 –fakta om barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier. Hentet fra:
http://www.medietilsynet.no/PageFiles/11282/120917_Rapport_barn_web.pdf
- Neumann, I. B. (2001). *Mening, materialitet, makt: en innføring i diskursanalyse*. Bergen: Fagbokforl.
- NRK (2007) *Årsrapport*. Hentet fra:
http://www.nrk.no/aarsrapport/2007/assets/pdf/no/NO_NRK2007_Barn.pdf
Lastet ned 02.02.2013
- NRK (2012) *Årsrapport*. Hentet fra: <http://www.nrk.no/aarsrapport/2012/#> Lastet ned 26.05.13
- NRK (lesedato 27.05.2013) *NRK Super – barnas univers*. Hentet fra:
<http://nrksuper.no/super/barne-tv/barne-tv/115/>
- NRK AS. (2009) Vedtekter for NRK AS. (29.04.2009) Oslo: Kulturdepartementet. Hentet fra: <http://www.nrk.no/informasjon/1.5392438>
- NRK Skole (2008, 06.07.2008) *Barne-tvs historie i NRK, nett-tv*. Hentet fra:
<http://www.nrk.no/skole/klippdetalj?topic=nrk:klipp/658566>
- NRK Skole (lesedato 02.02.2013) *Falkeklubben* (sendt 29. November 1966), nett-tv.
Hentet fra: <http://www.nrk.no/skole/klippdetalj?topic=nrk:klipp/481650>
- NRK Skole (lesedato 03.05. 2013) *NRK TV-historie*, nett-tv. Hentet fra:
<http://www.nrk.no/skole/klippdetalj?topic=nrk:klipp/265617>

- Nærings- og handelsdepartementet. (2003) Breiband for kunnskap og vekst. St. Meld. Nr 49 (2002-2003) Oslo: Nærings- og handelsdepartementet. Hentet fra: <http://www.regjeringen.no/Rpub/STM/20022003/049/PDFS/STM200220030049000DDDPDFS.pdf>
- Postman, N. (1984). *Den tapte barndommen*. Oslo: Gyldendal.
- Rysst, M. (2010). *Myten om den tapte barndom*. Unipub
- Qvortrup, J. (1994). *Childhood matters: social theory, practice and policies*. Aldershot: Avebury.
- Qvortrup, J. (2005). Varieties of childhood. In J. Qvortrup (Ed.), *Studies in Modern Childhood: society, agency, culture* (pp. xii, 294 s. : ill.). Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Sand, G., & Helland, K. (1998). *Bak TV-nyhetene: produksjon og presentasjon i NRK og TV2*. Bergen-Sandviken: Fagbokforl.
- Skotheim, L. (2008, 09.05.2008). "Si :D" , *Aftenposten* Hentet fra: <http://www.aftenposten.no/meninger/sid/article2415915.ece#.UT8XhBkfpJN>
- SSB. (2013, 18.03.13) Internettmålinga, 4. Kvartal 2012. Statistisk Sentralbyrå. Hentet fra: <http://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/statistikker/inet>
- Staksrud, E. (2012). *Children and the Internet: risk, regulation, rights*. Oslo: Department of Media and Communication, University of Oslo.
- Steinsholt, K., & Øksnes, M. (2003). Stop making sense!: perspektiver på barn og barndom. In S. o. S. Sagberg, Kjetil (Ed.), *Barnet - konstruksjoner av barn og barndom* (pp. S. 19-43). Oslo: Universitetsforlaget.
- Tingstad, V. (2003). *Children's chat on the net: a study of social encounters in two Norwegian chat rooms*. [Trondheim]: Norwegian Centre for Child Research.
- Tingstad, V. (2006). *Barndom under lupen : å vokse opp i en foranderlig mediekultur*. Oslo: Cappelen akademisk forl.
- Tjora, A. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (Vol. 2). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Tønnessen, E. S. (2000). *Barns møte med TV : tekst og tolkning i en ny medietid*. [Oslo]: Universitetsforl.
- Tønnessen, E. S. (2007). *Generasjon.com: mediekultur blant barn og unge*. Oslo: Universitetsforlaget.
- TV2 skole (lesedato 02.05.2013) Hentet fra http://portal.tv2skole.no/Sider/om_oss.aspx.
- Vaage, O.F. (2012) *Norsk mediebarometer 2012*. Statistisk sentralbyrå. Hentet fra: http://www.ssb.no/kulturogfridid/artiklerogpublikasjoner/_attachment/108249?_ts=13e0c464178
- Wayne, M., Petley, J., Murray, C., & Henderson, L. (2010). *Television News, Politics and Young People*. Basingstoke: Palgrave Macmillan Ltd.
- Werner, A. (1997). *Barn i fjernsynsalderen : hva vet vi om medienes innflytelse?* Oslo: Ad notam Gyldendal.
- Winther Jørgensen, M., & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Østlyngen, T., & Øvrebø, T. (1998). *Journalistikk: metode og fag*. Oslo: Ad notam Gyldendal.

Vedlegg

Vedlegg 1:

Intervjuguide NRK-supernytt

Hvorfor er det blitt laget nyheter for barn i NRK de siste årene?

Hvorfor valgte NRK og satse på nyheter for barn, kan du fortelle litt om bakgrunnen og hvor konseptet kommer fra?

1. Nyhetskategorier/sjanger

Jeg har sett omkring 20 supernyttsendinger og opplever at programmet inneholder forskjellige nyhetskategorier. Jeg skiller her mellom kriminalsaker, saker om ulykker/naturkatastrofer, politikk og religion, kultur, sport, underholdning- og sensasjonsnyheter og forbrukerstoff.

Det første temaet jeg derfor gjerne vil høre mer om er hvordan dere kategoriserer nyhetene.

kategoriserer dere nyhetene?

Ønsker dere en balanse i antall innslag av de forskjellige kategoriene? Hvordan balanserer dere?

Forsøker dere å balansere med harde og myke nyheter? (*lytte og få til en samtale om sjanger*)!!!

2. Produksjon

Nå vil jeg stille noen spørsmål om produksjonen av nyhetene:

Kan du beskrive arbeidsgang i løpet av en vanlig arbeidsdag?

Hvordan lages innslagene? når produseres de? Hvor mye av det stoffet som går om kvelden, er laget samme dag? Finnes det amnge saker som ligger å venter?

(Hvordan avgjør dere om intervjuobjektene skal være voksne eller barn?) legger dere vekt på at barn skal være kilder?

Hvor viktig er det å illustrere saker med et case?

3. utvelgelse/presentasjon

Hvordan foregår arbeidet når dere skal komme frem til beste måte å presentere nyhetene?

Hvilke nyheter blir sett på som viktige? -

Hvordan arbeider dere for at barn skal identifisere seg med det som er tema i innslagene?

Personifisering?

Bruke barn eller skoleklasser som case?

Etter å ha sett på flere supernyttssendinger opplever jeg at noen av nyhetene nærmest kan virke som et innslag i et faktaprogram eller underholdningsprogram. Hvilke kriterier har dere til nyhetene?

Hvor tett opp til det vanlige nyhetsbildet skal Supernytt være?

Er det nyheter i det øvrige nyhetsbildet, som dere velger å ikke sende fordi dere anser de som uegnet for barn? Hvorfor? - (*utdypes mye*)

Kan du huske sist det var en sak som skapte diskusjon i redaksjonen?

Hvilken type sak var det?

Hva dreide diskusjonen seg om?

Hva kom dere frem til?

Finnes det Nyheter som kan være skremmende i seg selv uansett presentasjon, men dere allikevel ser viktigheten i å ha med i sendingen?

Hvordan løser dere slike saker? For eksempel sigrid saken.

Vågå-saken: det ble meget kort dekket om selve saken, men derimot etterfulgt av et nokså langt innslag om seksuelle overgrep mot barn og hvordan si ifra om slike overgrep. Hvorfor valgte dere å gjøre dette?

4. NRKs ansvar?

I tillegg til å formidle på en god og ikke skremmende måte, har Supernytt gjennom NRK-plakaten, en oppgave i å bidra til å fremme læring og utdanning. Har dere denne tanken bevisst når dere lager innslag?

Ligger det en moralsk oppdragerrolle i programmene?

(Hvem er ansvarlige for utvelgelsene?) (dette er i stor grad vaktsjef, men det kan også være diskusjoner høyere opp i systemet)

Vurderer dere nøye hvordan programlederen skal snakke? For eksempel: Trykk på ord, sinnstemning, og intensitet?

5. Respons

Jeg vet at dere får mye respons, det kan man jo også se på nettsidene. Hva vil dere si er hovedpunktene i denne responsen?

Har dere fått noen respons fra barn i aldersgruppen, foreldre eller lærere?

Har dere fokusgrupper?

Tar dere respons fra disse fokusgruppene eller fra barn generelt i betraktning, når dere lager programmene?

Er barn delaktige i utviklingen av programmene?

6. Evaluering

Evaluerer dere arbeidet deres? Hvem gjør dette? Og hvor ofte?

Tillegg:

Under et morgenmøte la jeg merke til at dere brukte et begrep i forhold til flere saker. Hva legger dere i begrepet ”supernyttstk” ?

Vedlegg 2:

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org nr: 985 321 884

Øystein Gilje
Pedagogisk forskningsinstitutt
Universitetet i Oslo
Postboks 1092 Blindern
0317 OSLO

Vår dato: 16.08.2012

Vår ref: 31128 / 3 / MSI

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 08.08.2012. Meldingen gjelder prosjektet:

31128
Behandlingsansvarlig
Daglig ansvarlig
Student

NRK Supernytt
Universitetet i Oslo, ved institusjonens øverste leder
Øystein Gilje
Tanja Ødegaard

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

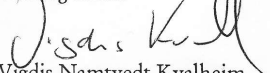
Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeeskjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

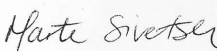
Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 30.05.2013, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen


Vigdis Namtvedt Kvalheim


Marte Sivertsen

Marte Sivertsen tlf: 55 58 33 48

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Tanja Ødegaard, Nannestadgata 6 A, 0654 OSLO

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVE, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@svt.uit.no

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 31128

Formålet er å se nærmere på hvilke pedagogiske vurderinger som ligger til grunn for NRKs barneprogram Supernytt. Utvalget består av 8-10 redaksjonsansatte i NRK-Supernytt.

I følge prosjektmeldingen skal det innhentes skriftlig samtykke basert på skriftlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet finner informasjonsskrivet tilfredsstillende utformet forutsatt at dato for prosjektslutt og anonymisering tilføyes.

Personvernombudet ber om å få tilsendt revidert informasjonsskriv før dette gis til utvalget.

Data samles inn gjennom intervju og lydopptak av redaksjonsmøter. Personvernombudet legger til grunn at lydopptak av redaksjonsmøter er godkjent av NRK. Stemme på lydopptak kan være indirekte personidentifiserende. Det legges til grunn at lydopptaket gjennomføres på en slik måte at det kun registreres opplysninger (inkl. stemmer) om ansatte som har samtykke til å delta.

I følge prosjektmeldingen vil det kunne bli registrert opplysninger om tredjeperson. Dersom det fremkommer opplysninger om tredjepersoner legger personvernombudet til grunn at de det gjelder får informasjon om behandling av personopplysninger med mulighet til å reservere seg. Eventuell informasjon kan eksempelvis gis via informant muntlig eller skriftlig. Personvernombudet finner at opplysningene kan behandles iht. personopplysningsloven § 8 d).

Personvernombudet legger til grunn at behandlingen av personopplysninger er i samsvar med Universitetet i Oslo sine rutiner for informasjonssikkerhet.

Prosjektet skal avsluttes 30.05.2013 og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes. Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/koblingsnøkkel slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet.